

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAIBANGSAWAN KLATEN.**

Tugas Akhir Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh :
Kartika Nur Rahmawati
NIM. 13511241028

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI BANGSAWAN KLATEN

Oleh :

Kartika Nur Rahmawati
NIM 13511241028

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui kualitas produk di Kedai Bangsawan Klaten, (2) mengetahui kualitas pelayanan di Kedai Bangsawan Klaten, (3) mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten, (4) mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten, (5) mengetahui secara bersama-sama pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.

Penelitian ini merupakan penelitian survey , menggunakan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini para konsumen Kedai Bangsawan Klaten. . Ukuran sampel penelitian yang diambil sebanyak 80 orang ditentukan dengan rumus *Slovin*, selanjutnya sampel ditentukan dengan teknik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan makan di Kedai dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier. Data dikumpulkan dengan kuesioner.

Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) kualitas produk di Kedai Bangsawan Klaten dalam kategori baik (2) kualitas pelayanan di Kedai Bangsawan Klaten dalam kategori baik (3) kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan (32.10%) terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten .(4) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan (32.70%) terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.(5) kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan (64.80%) terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.

Kata kunci : kualitas produk & pelayanan , kepuasan konsumen, KedaiBangsawan

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAIBANGSAWAN KLATEN

Disusun oleh:

Kartika Nur Rahmawati


NIM 13511241028

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk
dilaksanakan Ujian Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, 26 September 2017

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Pendidikan Teknik Boga



Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si.
NIP. 19770131 200212 2 001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Sutriyati Purwanti M.Si.
NIP. 19611216 198803 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI




PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI BANGSAWAN KLATEN.

Disusun oleh:

Kartika Nur Rahmawati

13511241028

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta pada tanggal 12 Oktober 2017

TIM PENGUJI			
Jabatan	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji	Sutriyati Purwanti, M.Si.		12 oktober 2017
Sekretaris	Dr. Mutiara Nugraheni		12 oktober 2017
Penguji Utama	Dr. Badraningsih L., M.Kes.		12 oktober 2017

Yogyakarta, 12 Oktober 2017

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,




Dr. Widarto, M.Pd.

NIP. 19631230 198812 1 001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kartika Nur Rahmawati

NIM : 13511241028

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Di Kedaibangsawan Klaten.

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 26 September 2017

Yang menyatakan,



Kartika Nur Rahmawati

NIM 13511241028

MOTTO

Learn from the past, live for today and plan for tomorrow.

Dimana ada kemauan, disitulah ada jalan.

Man Jadda Wajada

Orang sukses juga pernah malas, bodoh dan gagal. Tapi mereka tetap terus bergerak dan mencoba

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan limpahan berkah dan nikmat yang luar biasa.
2. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Supriyadi Kd dan Ibu Rumbi Hastuti yang telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu mendoakanku serta menanti keberhasilanku.
3. Kakakku tercinta, Febpry Ghara Utama dan Agita Rizkiana Prihastuti yang menjadi penyemangatku
4. Fiesky Deawandaru yang tak henti-hentinya selalu mengingatkan dan mensupport mengerjakan skripsi.
5. Teman-temanku tersayang (Hilmy ,Alba ,Rifa, Ayu, Disti, Winda) yang selalu menemaniku saat susah maupun senang, menghibur dan mengajari aku mengerjakan skripsiku.
6. Dosen-dosen PTBB, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Pendidikan dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten” dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Sutriyati Purwanti, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Dan Validator Instrumen Penelitian Tugas Akhir Skripsi, yang telah banyak memberikan semangat, dorongan, dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Dr. Badraningsih Lastariwati, M.Kes, selaku Penguji Ujian Tugas Akhir Skripsi.
3. Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si. selaku Sekertaris Ujian dan Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana, dosen dan staff Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Dr. Widarto, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
5. Afri Budi Hartanto selaku Manajer Kedai Bangsawan Klaten, yang telah memberi ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.

6. Karyawan dan karyawan Kedai Bangsawan , yang telah memberi bantuan memperlancar pengambil data selama proses penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya segala bantuan yang telah diberikan semua pihak diatas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa, dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca maupun pihak lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, 26 September 2017

Penulis,

Kartika Nur Rahmawati

NIM 13511241028

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA 7

A. Kajian Teori	7
1. Kepuasan Konsumen	7
2. Pemasaran	9
3. Jasa	10
4. Kualitas Produk	11
5. Kualitas Makanan	14
6. Kualitas Pelayanan	16
7. Jenis- jenis Pelayanan	20
8. Profil Kedai Bangsawan	22
B. Hasil Penelitian yang relevan	23
C. Kerangka Berfikir	24
D. Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN 28

A. Jenis atau Desain Penelitian	28
B. Tempat dan Waktu Penelitian	28

C. Populasi dan Sampel	28
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
E. Teknik dan Instrumen Penelitian	31
F. Validitas Data.....	34
G. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Deskripsi Data	45
1. Deskripsi Responden	45
2. Data penelitian	49
B. Hasil Uji Persyaratan Analisis.....	71
1. Uji Normalitas	71
2. Uji Linieritas	73
3. Uji Multikolinieritas.....	75
C. Pengujian Hipotesis.....	77
1. Uji T	77
2. Uji F	79
3. Analisis Regresi Berganda	81
D. Analisis Koefesien Determinasi	82
E. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif	83
F. Pembahasan Penelitian.....	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Simpulan.....	88
B. Implikasi.....	88
C. Keterbatasan Penelitian	89
D. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .Kerangka Pikir.....	27
Gambar 2 .Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	46
Gambar 3 .Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	47
Gambar 4 .Karakteristik responden berdasarkan umur	48
Gambar 5 .Karakteristik responden berdasarkan insensitas kunjungan	49
Gambar 6 . Diagram Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	50
Gambar 7 . Diagram Distribusi Indikator Performance.....	51
Gambar 8 . Diagram Distribusi indikator Features	52
Gambar 9 . Diagram Distribusi indikator Reability.....	54
Gambar 10 .Diagram Distribusi indikator Conformance.....	55
Gambar 11 . Diagram Distribusi indikator Durability	56
Gambar 12 . Diagram Distribusi indikator Estetika.....	58
Gambar 13 . Diagram Distribusi indikator Perceived Quality	59
Gambar 14 Diagram Kategorisasi Variabel Pelayanan.....	60
Gambar 15 Diagram.Distribusi indikator Tangible.....	61
Gambar 16 .Diagram Distribusi indikator Reability.....	63
Gambar 17 Diagram Distribusi indikator Responssive.....	64
Gambar 18 Diagram Distribusi indikator Assurance.	65
Gambar 19 Diagram Distribusi indikator Emphaty.	66
Gambar 20 Diagram Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen	68
Gambar 21 Diagram Distribusi indikator Kualitas produk.....	69
Gambar 22.Diagram Distribusi indikator Pelayanan.	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1 .Kisi-kisi Instrumen Penelitian	31
Tabel 2 . Penskoran Nilai Angket.....	33
Tabel 3 .Validasi Angket	36
Tabel 4 . Interpretasi nilai <i>Alpha Cronbach</i>	37
Tabel 5 . Hasil Uji Reabilitas Instrumen	37
Tabel 6 . Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	45
Tabel 7 . Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan	46
Tabel 8 . Karakteristik responden berdasarkan umur	47
Tabel 9 . Karakteristik responden berdasarkan insensitas kunjungan ...	48
Tabel 10 . Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 11 . Distribusi Indikator Performance	51
Tabel 12 . Distribusi indikator Features.....	52
Tabel 13 . Distribusi indikator Reability	53
Tabel 14 . Distribusi indikator Conformance	55
Tabel 15 . Distribusi indikator Durability	56
Tabel 16 . Distribusi indikator Estetika	57
Tabel 17 . Distribusi indikator Perceived Quality.....	59
Tabel 18 . Kategorisasi Variabel Pelayanan	60
Tabel 19 . .Distribusi indikator Tangible	61
Tabel 20 . Distribusi indikator Reability	62
Tabel 21 . Distribusi indikator Responssive	64
Tabel 22 . Distribusi indikator Assurance	65
Tabel 23 . Distribusi indikator Emphaty.....	66
Tabel 24 . Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen	67
Tabel 25 . Distribusi indikator Kualitas produk	68

Tabel 26 . Distribusi indikator Pelayanan	70
Tabel 27 . Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 28 . Hasil Uji Linieritas Produk	74
Tabel 29 . Hasil Uji Linieritas Pelayanan.....	75
Tabel 30 . Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 31 .Hasil Uji T.....	78
Tabel 32. Hasil Uji F.....	80
Tabel 33 .Hasil Uji Regresi Linier Berganda	81
Tabel 30 . Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi.....	82
Tabel 31 .Hasil Uji Se dan Sr	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan pelanggan itu sendiri. Seiring makin banyaknya aktivitas diluar rumah yang sangat bervariasi oleh manusia, maka kesempatan orang yang bersifat cepat, praktis dan nyaman semakin tinggi. Menurut Sumarwan (2002), jumlah penduduk yang sangat besar membawa dampak penting bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu dampak penting adalah pemenuhan kebutuhan pangan yang sangat banyak untuk memenuhi konsumsi penduduk. Hal ini membawa dampak positif bagi para pengusaha untuk melihat peluang bisnis dan mempengaruhi pelanggan Indonesia yang bersifat konsumtif.

Seiring semakin konsumtif dan bervariasi perilaku pelanggan di Indonesia dan di dukung dengan jumlah penduduk yang besar maka tidak sedikit para pengusaha tertarik menjalankan bisnis kuliner atau usaha di bidang makanan dan minuman. Perkembangan dunia usaha saat ini semakin hari semakin berkembang. Setiap perusahaan dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi. Persaingan dimana perusahaan mengedepankan keunggulan masing-masing dan berusaha untuk memuaskan pelanggan, salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner.

Kota Klaten yang terletak antara Yogyakarta dan Solo sering menjadi tempat persinggahan para wisatawan yang sedang bepergian ke dua kota tersebut. Selain memiliki sejumlah destinasi wisata yang cukup populer seperti Umbul Ponggok, Klaten juga mempunyai sajian wisata kuliner yang nikmat dan

lezat seperti kedai bangsawan, café 3 tjeret, el' nostro , famous café , brix coffe dan sebagainya.

Munculnya beragam kedai, *bar* atau *coffeshop* di Klaten menunjukkan bahwa bisnis makanan dan minuman dapat diterima oleh masyarakat Klaten sebagai kuliner yang tepat. Para konsumen yang memilih kedai sebagai tempat makan tidak hanya memperhatikan kualitas dari makanan tersebut tetapi juga kualitas pelayanan yang sesuai. Oleh karena itu pengelola harus memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang tepat agar dapat bersaing dengan kedai ,*bar* atau *coffeshop* yang lainnya.

Untuk dapat bertahan di tengah maraknya persaingan kedai, *bar* atau *coffeshop* di Klaten harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan . Menurut Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya , termasuk keseluruhan produk ,keandalan , ketepatan , kemudahan pengoperasian dan perbaikan , atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dai barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan , merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan , ketepatan , kemudahan , pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan kosumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono,2007). Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen

adalah kualitas jasa yaitu : bukti fisik atau (*Tangible*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan *Empathy*.

Pada penelitian ini hanya memfokuskan pada Kedai Bangsawan, karena banyak konsumen yang datang tiap harinya. Konsumen yang datang tiap harinya kurang lebih 100 orang. Hal yang menarik dari Kedai Bangsawan yaitu menawarkan berbagai macam menu makanan dengan harga terjangkau. Kedai Bangsawan menyajikan Nasi Goreng sebagai menu andalan mereka, dan memiliki aneka macam masakan lain sebagai pelengkap. Kedai Bangsawan memberikan pelayanan yang cukup baik, pada saat konsumen datang konsumen akan dipandu oleh karyawan menuju ruangan lalu karyawan menjelaskan mengenai pilihan makanan yang konsumen yang akan dipesan, Makanan yang ditampilkan oleh pihak Kedai Bangsawan dibuat semenarik mungkin sehingga menggugah selera makan pelanggan dan memesan makanan yang dianggap pelanggan menarik. Kedai Bangsawan berada di Jalan Mayor Kuswanto no. 112 Bramen Klaten. Jam kerja Kedai Bangsawan mulai pukul 14.00 sampai pukul 23.00. Berkembangnya kedai ini tentu tidak terlepas dari bentuk produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Bentuk produk dan pelayanan ini akan mempengaruhi pada kepuasan konsumen yang akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan Kedai Bangsawan.

Setelah melakukan observasi langsung ke Kedai Bangsawan di Jl. Mayor Kuswanto no. 122 Bramen Klaten, mendapati kedai ini selalu ramai di malam hari dikunjungi oleh pelanggan terutama hari Sabtu dan Minggu. Tentunya banyaknya konsumen ini mewakili banyaknya kesan dan testimoni yang timbul dengan kepuasan produk dan pelayanan konsumen. Setelah melakukan wawancara dengan satu karyawan Kedai Bangsawan Surya Adi Pratama beliau

menjelaskan bahwa kini perusahaan masih terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Beliau juga menyadari masih ada banyak kekurangan yang dialami contohnya rasa makanan yang disajikan tidak selalu sama terkadang enak terkadang hambar, penyajian produk antara yang dimenu dengan yang disajikan terkadang berbeda, fasilitas yang ada terbatas bangunan restoran yang tidak terlalu luas, sempitnya lahan parkir terutama untuk roda empat, terbatasnya jumlah karyawan sehingga waktu penyajian produk lama. Selain itu KedaiBangsawan juga belum pernah melakukan survey terkait kepuasan konsumen.

Dari latar belakang masalah di penelitian ini akan mengkaji lebih dalam tentang pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Judul penelitiannya adalah "Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi permasalahan yang muncul dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Banyak munculnya pesaing restoran yang menawarkan produk makanan dan minuman sejenis dengan segmen pasar yang sama.
2. Rasa makanan yang disajikan di KedaiBangsawaan tidak selalu sama terkadang enak terkadang hambar.
3. Adanya beberapa makanan atau minuman di KedaiBangsawan yang habis sebelum restoran tutup, sehingga konsumen merasa kecewa.
4. Fasilitas yang kurang nyaman di KedaiBangsawan seperti kurang luasnya ruangan, tempat parkir yang kurang memadai dan disatukannya ruangan *smoking* area dan no *smoking* membuat konsumen kurang nyaman.

5. Terbatasnya jumlah karyawan di KedaiBangsawan sehingga membuat konsumen lama menunggu.
6. Konsumen yang tidak puas akan kecewa, berhenti membeli dan mengkonsumsi produk di KedaiBangsawaan .

C. Batasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, jelaslah kompleks permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian ini. Namun, penelitian ini tidak membahas semua permasalahan di atas, sehingga perlu adanya batasan masalah. Penelitian ini akan difokuskan pada pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk yang ada di Kedai Bangsawan Klaten ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan yang ada di Kedai Bangsawan Klaten ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten?
5. Apakah kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kualitas produk di Kedai Bangsawan Klaten.
2. Mengetahui kualitas pelayanan di Kedai Bangsawan Klaten.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.
5. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.

F. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan berguna bagi berbagai pihak, baik penulis, perusahaan maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian, dengan rincian sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang jasa pelayanan di bidang kuliner dan juga sebagai pelatihan dalam menerapkan serta mengaplikasikan ilmu akademis di dunia kerja.

2. Bagi Kedai Bangsawan

Dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang, serta diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004).

Kepuasan konsumen menurut Supranto (2011 : 224) adalah perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan. Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2015 : 25) adalah rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik daripada hasil produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk. Menurut Kotler & Keller (2009) mengartikan kepuasan (*satisfaction*) adalah sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan (hasil) terhadap harapan-harapan mereka.

Dari definisi – definisi tersebut dapat dilihat kesamaan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan produk barang atau jasa ketika harapan dan kebutuhan terpenuhi dengan kata lain, jika konsumen merasa apa yang diperoleh lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen tersebut tidak puas. Jika apa yang diperoleh konsumen sama dengan apa yang diharapkan maka konsumen akan puas, jika apa yang diperoleh konsumen melebihi apa yang diharapkan maka konsumen akan merasa sangat puas.

b. Mengukur Tingkat Kepuasan

Terdapat beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Menurut Philip Kotler dalam Fandi Tjiptono (2008: 454), mengemukakan beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Informasi yang diberikan oleh pelanggan akan sangat berguna untuk memperbaiki kekurangannya.

2. *Survey* kepuasan pelanggan

Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda bahwa perusahaan memperhatikan para pelanggannya.

3. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Dimana ghost shopper menyampaikan temuan-temuan mengenai kelemahan maupun kelebihan produk perusahaan dan pesaing.

4. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau beralih ke perusahaan lain. Perusahaan ingin mengetahui apa penyebab terjadinya hal tersebut sekaligus mengetahui kekurangan dari produk (barang dan jasa) perusahaan.

2. Pemasaran

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan di dalam pencapaian tujuannya tergantung pada bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lainnya seperti personalia, selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang dipergunakan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen menjadi peluang yang menghasilkan laba perusahaan. Definisi pemasaran menurut Kotler (2009), adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran merupakan kegiatan inti dari tiap perusahaan sehingga perlu adanya pengelolaan dan koordinasi secara baik dan profesional.

3. JASA

a. Pengertian Jasa

Pada dasarnya jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Fandi Tjiptono, 2001: 6). Sifat khusus jasa tersebut erat kaitannya dengan keempat karakteristik yang dimiliki jasa, yang perlu dipertimbangkan dalam merancang suatu program pemasaran. Sementara itu, kualitas jasa dan pemasaran jasa telah menjadi topik yang semakin diteliti oleh para peneliti, karena transisi akhir-akhir ini adalah kepada ekonomi jasa oleh banyak negara. Hal ini di dorong oleh kompetisi global dan kecenderungan yang berubah dalam cara hidup masyarakat.¹² Kualitas jasa adalah persepsi pelanggan mengenai superioritas jasa yang merupakan akumulasi kepuasan bagi banyak konsumen atas banyak pengalaman jasa (Hessel Nogi, 2007: 215). Kualitas jasa lebih sering dikenal sebagai strategi pemasaran yang kemungkinan dapat digunakan oleh perusahaan dalam mencapai diferensiasi jasa, nilai konsumen, dan kepuasan konsumen.

b. Karakteristik jasa

Jasa memiliki empat karakteristik yang harus dipertimbangkan dalam merancang program pemasaran. Menurut Fandi Tjiptono (2001:7). Keempat karakteristik jasa tersebut adalah:

1) Tidak berwujud (*Intangible*)

Produk jasa tidak berwujud (tidak dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli), sehingga pelanggan tidak dapat melihat hasil dan manfaat dari jasa tersebut sebelum melakukan pembelian.

2) Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa pada umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Hal tersebut tidak berlaku pada barang fisik yang diproduksi. Yang dapat disimpan dan didistribusikan melalui pengecer kemudian dikonsumsi.

3) Tidak tetap (*Variability*)

Dalam bisnis jasa, sulit mencapai suatu hasil dengan kualitas yang sesuai dengan standar yang dibuat. Jasa yang diberikan seringkali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyediakan, kapan serta dimana jasa tersebut disediakan.

4) Tidak dapat disimpan (*Perishability*)

Hal tersebut tidak akan menjadi masalah jika permintaan bersifat konstan, karena dengan mudah penyedia jasa dapat mengatur pelayanan sebelumnya, karena permintaan tidak selalu konstan maka perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan

4. Kualitas Produk

Beberapa orang berpendapat bahwa yang dimaksud dimensi kualitas produk adalah aspek ciri karakteristik untuk melihat kualitas sebuah produk. Produk disini dapat berupa jasa dan barang. Dari perspektif itu, ciri karakteristik kualitas dari sebuah produk, khususnya produk yang berbentuk barang.

Menurut Handi Irawan (2002: 45) kualitas produk adalah driver kepuasan konsumen yang multidimensi. Bagi konsumen, kualitas mempunyai beberapa dimensi. Paling tidak, terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan

konsumen terhadap kualitas konsumen. Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:146-147), untuk menentukan dimensi kualitas produk, dapat melalui delapan dimensi sebagai berikut:

a) Fungsi (Performance)

Fungsi disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi atribut-atribut yang dapat diukur. Fungsi beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum (universal).

b) Fitur (*Features*)

Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Fitur suatu produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk/jasa. Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

c) Keandalan (Reliability)

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadikan semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak reliabel mengalami kerusakan.

d) Kesesuaian (Conformance)

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian

suatu produk dalam industri jasa diukur dan dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain

e) Usia Produk/Ketahanan(Durability)

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh oleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

f) Pelayanan (Serviceability)

Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya.

g) Estetika (Aesthetics)

Merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat melalui bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana tampak luar suatu produk, rasa, maupun bau. Jadi, estetika merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

h) Perceived quality

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk dan jasa. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung misalnya melalui

merek, nama, dan negara produsen. Ketahanan produk misalnya, dapat menjadi sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

5. Kualitas Makanan

Kualitas tidak hanya terdapat pada barang atau jasa saja, tetapi juga termasuk dalam produk makanan. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah Karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Di penelitian ini yang dicari adalah kualitas produk makanan. Menurut Margareta dan Edwin (2012), kualitas makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga.

Menurut Dita (2010) kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran. Dimensi Kualitas Makanan Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra "Service Quality & Satisfaction" adalah sebagai berikut :

a) Warna

Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan supaya tidak terlihat pucat dan warnanya serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.

b) Penampilan

Ungkapan "*looks good enough to eat*" bukanlah suatu ungkapan yang berlebihan. Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, di mana

hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati.

c) Porsi

Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut standard portion size.

d) Bentuk

Bentuk makanan menjadi peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi, misalnya wortel yang dipotong dengan bentuk dice atau biasa disebut dengan potongan dadu digabungkan dengan selada yang dipotong chiffonade yang merupakan potongan yang tidak beraturan pada sayuran.

e) Temperatur

Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya. Temperatur juga bisa mempengaruhi rasa, misalnya rasa manis pada sebuah makanan akan lebih terasa saat makanan tersebut masih hangat, sementara rasa asin pada sup akan kurang terasa pada saat sup masih panas.

f) Tekstur

Ada banyak tekstur makanan antara lain halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tingkat tips dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dari reseptor di mulut.

g) Aroma

Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.

h) Tingkat kematangan

Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

i) Rasa

Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

6. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan menurut American Society for Quality Control dalam Phillip Kotler (2009: 143) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Goeth dan Darvis dalam Tjiptono (2000: 51), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Menurut Sunyoto, (2013: 45) Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah memiliki nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah

memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Sedangkan pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik yang menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Pelayanan adalah produk yang bersifat abstrak lebih berupa tindakan atau pengalaman yang tidak dapat disimpan dan digunakan untuk waktu mendatang.

Pelayanan bisa diartikan bermacam-macam oleh setiap orang. Menurut Philip Kotler (2008: 292) pelayanan dapat diartikan sebagai berikut:

“Pelayanan adalah suatu produk yang tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum pelayan itu dibeli. Pelayanan mempunyai sifat tidak terpisahkan adalah pelayanan dibuat dan dikonsumsi pada saat yang sama dan tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, kualitas pelayanan dapat beragam, tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan, dimana dan bagaimana.”

Oka A. Yoeti (1999: 23) menyatakan bahwa pelayanan atau biasa disebut juga jasa (service) merupakan suatu hasil (product) dari kegiatan hubungan timbal balik antara producer dan consumer dengan melalui beberapa kegiatan internal, dimana producer dapat memenuhi kebutuhan consumer dalam bentuk kepuasan (satisfaction). Sehubungan dengan peranan pemberi jasa kepada pelanggan yang sangat penting dalam menentukan kualitas pelayanan setiap café memerlukan service excellence. Menurut Elhaitammy dalam Tjiptono (2002: 58) yang dimaksud dengan service excellence atau pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Sasaran dan manfaat dari service excellence ada empat unsure

pokok yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi.

“Untuk mencapai tingkat excellence setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat (gesture) pelanggan, dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional” (Elhaitamy dalam Tjiptono, 2002: 58).

Jadi pelayanan adalah interaksi dan hubungan timbal balik antara producer terhadap consumer yang tidak berwujud secara fisik tetapi lebih berupa sebuah tindakan untuk memenuhi kebutuhan dalam bentuk suatu kepuasan. Bagi pelanggan kualitas pelayanan adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi yang dituntut pelanggan. Pelanggan memutuskan bagaimana kualitas yang dimaksud dan apa yang dianggap penting. Setiap pelanggan mempertimbangkan suatu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi standar kinerja bagi perusahaan jasa dan merupakan faktor terpenting bagi kepuasan konsumen/pelanggan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2005: 133-135) menyatakan terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan sesuai dengan tingkat kepentingan relatifnya adalah sebagai berikut :

- a) Realibilitas (Reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b) Daya Tanggap (Responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan

merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

- c) Jaminan (Assurance), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d) Empati (Emphaty), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e) Bukti Fisik (Tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Jadi yang dimaksud dengan kualitas pelayanan makanan adalah persepsi para konsumen pada pelayanan makan dan minuman ditempat makan yang didapat dengan pelayanan yang mereka harapkan terhadap berbagai macam pelayanan pada suatu usaha jasa boga untuk memenuhi suatu kepuasan pelanggan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

7. Jenis – jenis Pelayanan

Menurut Atmojo (2005) Pelayanan restaurant ada beberapa sistematika pelayanan di sebuah restaurant dapat dibedakan dalam empat kategori penyajian yaitu :

a. Table service

Adalah suatu sistem pelayanan restoran dimana para tamu duduk di kursi menghadap meja makan, dan kemudian makanan maupun minuman diantarkan, disajikan kepada para tamu tadi. Dalam hal ini yang menyajikan makanan dan minuman bisa Waiter maupun Waitress.

Table service pada umumnya dapat dibedakan menjadi 4(empat) kategori yaitu:

1. American Service (Sistem Pelayanan A'la Amerika)

Sistem pelayanan yang bersifat sederhana, tidak resmi serta cepat. Umumnya dalam pemorsian makanan dilakukan di dapur, jenis pelayanan ini disebut juga *ready plate to service* atau *quick service*. Penggunaannya diterapkan di coffe shop , cafetaria dan sebagainya.

2. English Service (Pelayanan Ala Inggris)

English service atau *familly service* yaitu pelayanan dimana makanan datang dari dapur, di letakkan diatas platter yang besar dan dioperasikan dari tamu yang satu ketamu yang lainnya. atau platter diletakan ditengah-tengah meja dan tamu mengambil makanan sendiri makanan tersebut.

3. French Service (Pelayanan Ala Perancis)

Istilah lain dari *french service* adalah *Gueridon service* atau *silver service* yang bersifat resmi. ciri-ciri pelayanan ini adalah dilaksanakan oleh dua orang pramusaji yang bertugas sebagai *Chef de Rang (captain)* *Commis de Rang (waiter)* serta menggunakan alat bantu , yakni *gueridon* atau meja atau kereta dorong.

4. *Russian Service*

Pelayanan jenis ini sering disebut juga dengan *modified french service* karena dalam beberapa hal mempunyai kesamaan dengan *french service*. Pelayanan ala rusia sifatnya sangat formal, mewah dan para tamu merasa mendapatkan perhatian yang luar biasa dari petugas, perbedaan yang menonjol antara rusian dengan *French*. Perbedaanya antara lain :

Russian service memerlukan seorang waiter, sedangkan *french service* memerlukan dua orang waiter- Makanan yang disajikan pada *russian service* disiapkan sepenuhnya di dapur sedangkan *french service* sebagian disiapkan di dapur dan di restoran.

b. *Self Service*

Yang dimaksud dengan *self service* atau kadang-kadang disebut juga dengan *buffet service* ialah suatu sistem pelayanan restoran di mana semua makanan secara lengkap (dari hidangan pembuka, soup, hidangan utama, hidangan penutup, dan sebagainya) telah ditata dan diatur dengan rapi di atas meja hidang atau meja prasmanan. Para tamu secara bebas mengambil sendiri hidanganannya sesuai dengan selera maupun kesukaannya.

c. *Carry Out Service*

Carry out service kadang-kadang disebut juga sebagai *Take out service* yaitu sistem pelayanan restoran di mana tamu datang untuk membeli makanan yang telah siap atau disiapkan terlebih dahulu, dibungkus dalam box (kotak) untuk dibawa pergi. Jadi makanan tidak dinikmati di tempat itu mungkin dibawa pulang untuk dinikmati.

Berdasarkan penyajian yang sudah dijelaskan diatas KedaiBangsawan menggunakan system pelayanan *American Service* dimana konsumen memesan terlebih dahulu makanan atau minuman diantar kemeja konsumen oleh Pramusaji.

8. Profil Kedai Bangsawan Klaten.

Kedai Bangsawan mulai beroperasi sejak Januari 2016, dimana kedai tersebut berlokasi di Jalan Mayor Kusmanto No.112 Bramen, Klaten. Kedai Bangsawan beroperasi pada pukul 14.00- 23.00. Kedai Bangsawan ini memiliki konsep Klasik Modern dengan Slogan “menjual menu lezat tanpa menguras kantongmu”.

Konsep bisnis yang diambil dari Kedai Bangsawan yaitu bisnis kuliner dengan menyajikan berbagai macam menu makanan dan minuman. Harga yang ditawarkanpun relative murah tak heran kebanyakan pengunjungnya dari kalangan pelajar, selain itu nama- nama menu yang ada di kedaibangsawan pun unik contohnya MIROR “TANPA AMPUN “ yaitu merupakan mie dengan sensasi pedas yang disajikan dengan irisan bawang Bombay, Cabai dan smoked beef diatasnya. Selain itu terdapat juga makan pendamping berupa snack .menyajikan menu Nasi Goreng sebagai menu andalan diKedai Bangsawan. Tak hanya menu makanan yang unik, nuansa kedai yang kuno terlihat dari eksterior bangunannya yang bernuansakan etnik jawa yaitu bangunan berbentuk rumah joglo dengan

desain interiornya yang khas berhiaskan foto-foto jaman dahulu dan kaset cd kuno yang dibingkai kemudian ditempel di dinding.

Target pasar yang dituju oleh Kedai Bangsawan adalah para pelajar, mahasiswa dan karyawan yang berada disekitar outlet Karakter dari target ini adalah dinamis, padat dengan aktivitas, memiliki dana untuk rekreasi, mudah mengakses informasi baik dari media konvensional maupun media modern (social media) dan sadar akan pentingnya kebersihan dan kesehatan makanan.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Indra Rico Palaguna (2012) dengan judul “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Restaurant Famili Di Medan”, Rumah makan Famili berdiri pada tanggal 28 Februari 1973 di jalan Sisingamangaraja dan merupakan salah satu rumah makan terbesar di medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Restoran Famili di Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis regresi linear sederhana. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen restaurant Famili medan yang telah melakukan pembelian lebih dari sekali, dengan menggunakan metode Proportionate Stratified Random Sampling dengan jumlah sampel 10% dari jumlah populasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen Kualitas produk, Pelayanan, dan Dimensi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restaurant Famili Di Medan
2. Widya Ika Erfiana (2010) Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Jepang Saboten Shokudo Malang. Hasil penelitian 28 diperoleh kualitas pelayanan yang terdiri dari lima variabel berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan konsumen. Urutan variabel yang paling berpengaruh adalah variabel tangibles (buktifik), responsiveness (ketanggapan), empathy (perhatian), assurance (jaminan), dan reliability (kehandalan). Pihak manajemen restoran perlu mempertahankan ruangan restoran agar tetap terlihat bersih dan nyaman dikunjungi supaya nilai kepuasan pada indikator ini tetap dinilai baik oleh konsumen. Selain itu, pihak restoran juga perlu memperhatikan dan membekali karyawan dengan informasi mengenai menu restoran agar dapat meningkatkan nilai kehandalan.

3. Gita Ayushinta (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Mbok Berek 27 Brebes, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dari uji statistik uji t diperoleh nilai hitung $> t$ tabel sebesar $(4,708 > 1,980)$ dengan nilai signifikansi 0,000 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,219 mempunyai nilai positif, hal tersebut membuktikan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Makan Ayam Goreng Mbok Berek Brebes, maka kepuasan konsumen juga semakin tinggi.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir digunakan sebagai gambaran menyeluruh dan sistematis setelah memahami materi yang mendukung masalah penelitian. Kerangka berpikir adalah penalaran untuk sampai pada hipotesis atas masalah yang

dirumuskan .Berdasarkan pemaparan apa yang dituangkan dalam teori maupun penelitian yang relevan maka dibuatkan suatu kerangka berpikir sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Produk yang ditawarkan perusahaan akan berpengaruh terhadap kegiatan perusahaan mulai dari mendesain, mengadakan sistem produksi dan operasi, menciptakan program pemasaran, mengadakan sistem distribusi, iklan dan mengarahkan tenaga penjual untuk menjual. Secara umum, definisi produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut William J Stanton (2004: 139), produk adalah seperangkat atribut yang berwujud maupun tidak berwujud termasuk didalamnya warna, harga, nama baik produk yang menjual, dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan kebutuhan dan keinginan. Sedangkan menurut Kotler (2005: 84) produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi puas.

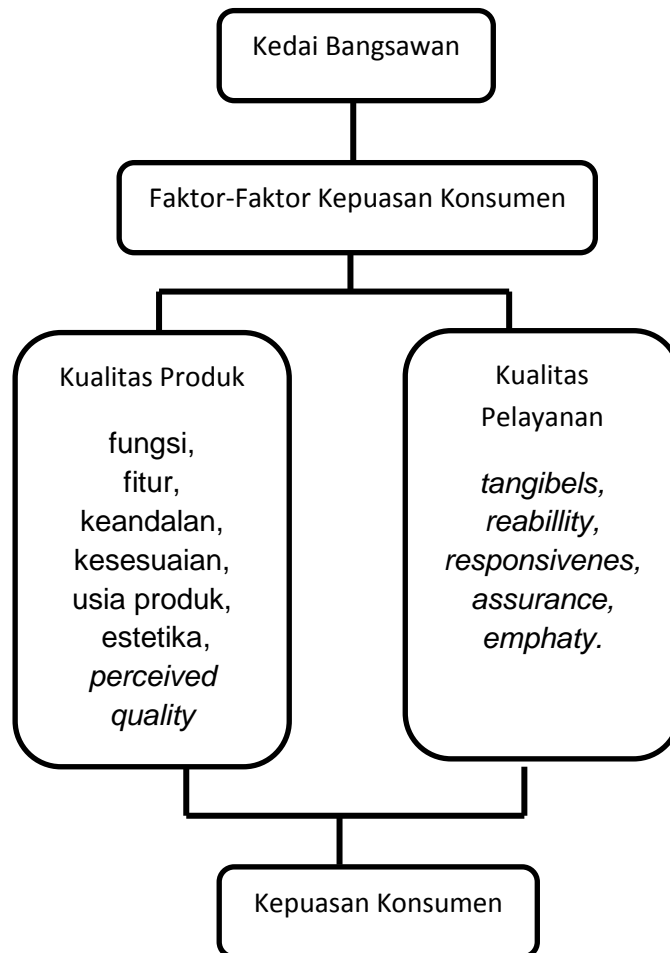
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas Pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dengan kepuasan konsumen ,Kualiatas layanan yang tinggi menghasilkan kepuasan

yang tinggi pula. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk bisa tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan merupakan salah satunya. Kualitas Produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan jasa karena akan menarik minat konsumen untuk membeli produk jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menciptakan rasa puas pada pelanggan, kepuasan tersebut akan mengakibatkan pelanggan akan terus membeli produk yang ditawarkan (Hidayat, 2009: 59).



Gambar 1. Kerangka berpikir

D. HIPOTESIS PENELITIAN

1. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.
3. Terdapat pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis atau Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa angka. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2006:14)..

Dalam penelitian ini hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat akan dianalisis dengan menggunakan distribusi frekuensi dengan mendeskripsikan atau menjelaskan data yang mendukung variabel yang digunakan dalam penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kedai Bangsawan yang beralamatkan Jl.Mayor Kusmanto no 112 Bramen Klaten. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari sampai dengan bulan Agustus 2017.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti (Endang Mulyatiningsih,2011:10). Menurut Sugiyono,(2012:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai

kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen KedaiBangsawan. Dalam sehari pengunjung Kedai Bangsawan kurang lebih 100 orang perhari pada hari kerja, sedangkan hari libur konsumen 150 orang.

2. Sampel

Menurut Endang Mulyatiningsih (2011:10) menyatakan bahwa sampel adalah cuplikan atau bagian dari populasi. Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:62). Sampel yang dipakai harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel insidental sampling. Sampling incidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2006:67). Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah orang atau konsumen yang kebetulan datang dan menikmati produk di KedaiBangswan tersebut diwaktu peneliti sedang melaksanakan penelitian. Ukuran sampel akan ditentukan berdasarkan rumus dari Slovin (Widayat dan Amirullah, 2002:60), dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Jumlah Kesalahan

maka $N = 100$

$$n = \frac{N}{1 + N(0,05)^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + 0.25}$$

$n = 80$ orang

Berdasarkan hasil dari perhitungan dengan teknik *solvin* diperoleh jumlah sampel sebanyak 80. Sedangkan untuk Uji coba peneliti melaksanakan di Kedai Bangswan Klaten dengan responden sebanyak 30 konsumen

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penyusunan instrumen penelitian agar lebih jelas, perlu dibahas indikator-indikator yang terkandung dalam definisi operasional masing-masing variabel. Rumusan masing-masing variabel yang didapat dari kuesioner adalah data kuantitatif dengan menggunakan skala likert, yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas *Product* (X1)

Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan. Untuk mengukur kualitas produk mencakup 7 dimensi yaitu Fungsi, Fitur, Keandalan, Usia Produk, *Conformance*, Estetika, *Perceived Quality*.

2. Kualitas *Pelayanan* (X2)

Kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian yang sesuai dengan harapan konsumen. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan meliputi : berwujud

(*tangibels*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

3. *Kepuasan Konsumen (Y)*

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk dalam hal ini adalah makanan dan pelayanan yang diterima dan diharapkan konsumen KedaiBangsawan

E. Teknik dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Penentuan Data Penelitian

Sumber data merupakan data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian, yang berfungsi sebagai penunjang hasil penelitian. Maka dalam penelitian ini melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan yaitu :

a. Data Primer

Penelitian ini menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder agar memudahkan dalam melakukan penelitian. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pemilik atau pengelola, dan informasi yang dikumpulkan dari jawaban informan melalui kuesioner yang diisi oleh pengunjung Kedai Bangsawan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari daftar pustaka melalui beberapa jurnal, buku maupun artikel yang telah diambil dari internet untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh penelitian ini.

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variable	Sub Variabel	Indicator	No.item
Kualitas Produk	Fungsi (Performance)	a. Rasa makanan b. Porsi makanan	1,2 3,4
	Fitur (Features)	a. Tampilan makanan b. Variasi makanan	5,6 7,8
	Keandalan (Reliability)	a. Kehigienisan makanan b. Kesegaran bahan makanan	9,10 11,12
	Conformance	a. Standar mutu makanan	13,14,
	Usia produk(Durability)	a. Ketahanan makanan	15,16
	Estetika	a. Keunikan makanan	17,18
	Perceived Quality	a. Persepsi konsumen terhadap makanan	19,20
Kualitas pelayanan	Berwujud (tangible)	a. Sarana dan prasara	21,22,23 , 24,25,26
	Keandalan (reability)	a. Hidangan dan alat saji b. Prosedur penerimaan konsumen dengan benar dan ramah	27,28 29,
	Respon (responsive)	a. Standar pelayanan	30,31,32 ,33
	Jaminan (Asurance)	a. Sikap karyawan	34,35,36
	Empati (Emphaty)	a. Perhatian konsumen	37,38,39
variabel	sub variabel	indicator	jumlah
Kepuasan Konsumen	Kepuasan	a. Kepuasan terhadap produk b. Kepuasan terhadap pelayanan	40,41 42,43,44 , 45,46

Instrument penilaian angket dengan metode skala likert yang menggunakan empat alternatif jawaban skala likert digunakan untuk mengukur sikap,pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial (sugiyono,2015;93),untuk keperluan analisis kuantitatif maka dapat diberikan diberi skor misalnya Sangat Setuju(SS) , Setuju (S),Tidak Setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS).Adapun pembagian skor untuk tiap item sebagai berikut :

Table 2.Penskoran Nilai Angket :

Jawaban Sangat Setuju diberikan bobot	4
Jawaban Setuju diberikan bobot	3
Jawaban Tidak Setuju diberikan bobot	2
Jawaban Sangat Tidak Setuju diberikan bobot	1

2. Instrumen Penelitian

Dalam mendapatkan informasi yang valid maka diperlukan suatu teknik pengumpulan data yang tepat. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:232) mengatakan bahwa mengumpulkan data adalah mengamati variable yang akan diteliti dengan metode observasi, angket dan dokumentasi. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode :

a. Angket

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan yang tertulis digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya atau hal-hal yang diketahui (Arikunto,210:194).Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kuesioner Tertutup.

Angket data penelitian tertutup,berisi tentang pernyataan mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di Kedaibangsawan Klaten dan pengunjung diminta untuk menjawab dengan

alternative pilihan jawaban yang menggunakan *Skala Likret* yaitu masing-masing jawaban dikaitkan dengan nilai berupa angka. Metode ini digunakan untuk mengungkapkan data kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b. Wawancara.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya secara langsung kepada karyawan di KedaiBangsawan untuk memperoleh data mengenai gambaran umum perusahaan.

F. Validitas dan Reliabilitas Data

1. Uji Validitas

Instumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2010: 172). Untuk menguji validitas butir-butir instrument lebih lanjut ,maka setelah dikonsultasikan dengan ahli ,maka selanjutnya diuji cobakan pada kepada 30 orang (Sugiyono,2009:182-183).

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Angka korelasi antara X dan Y (*product moment*)

X : Nilai total jawaban dari masing-masing nomor dari responden

Y : Total butir dari jawaban responden

Y : Total butir dari jawaban responden

$\sum X$: Jumlah skor butir

$\sum XY$: jumlah hasil kali antara X dan Y

N : Banyaknya partisipan uji coba

Untuk uji coba validitas instrument dalam penelitian menggunakan teknik korelasi *Product Moment Person* dengan bantuan SPSS versi 21,0 for windows. Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid atau tidaknya Instrumen penelitian jika r_{hitung} sama dengan atau lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, maka butir dari instrument yang dimaksud Valid . Sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka instrument dikatakan Tidak Valid .Butir instrument yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian selanjutnya dianggap gugur.

Pengujian validitas dan reabilitas instrument data angket di ujicobakan kepada 30 orang responden yang merupakan konsumen dari KedaiBangsawan. Butir Instrumen dikatakan valid apabila taraf koefesien lebih besar dari taraf korelasi (r) tabel dengan taraf signifikansi $\alpha = 5 \%$ r tabel = 0,361.

Hasil uji validitas angket mengenai variabel harapan kualitas produk, pelayanan dan kepuasan konsumen dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel sedangkan variabel kenyataan kualitas produk dengan 21 pernyataan, terdapat 1 pernyataan yang tidak valid yaitu butir soal nomor 14 (lampiran). Uji validitas angket mengenai pelayanan dengan 21 butir pernyataan, terdapat 2 pernyataan yang tidak valid yaitu butir soal nomor 31 dan 36 (lampiran). Sedangkan untuk hasil uji validitas angket mengenai kepuasan konsumen dengan 7 butir pernyataan valid. Butir-butir angket yang tidak valid selanjutnya tidak digunakan untuk mengambil data penelitian,

karena sudah terwakili oleh butir soal yang lain yang masih dalam satu indikator.

Tabel 3. Validasi Angket

Instrumen	Butir soal	Keterangan
Kualitas produk	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,15,16,17,18,19,20,21,22	Valid
Pelayanan	22,23,24,25,26,27,28,29,3,32,33,34,35,37,38,39,40,41	Valid
Kepuasan konsumen	42,43,44,45,46,47,48,49	Valid
	14,31,36	Tidak Valid

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat 46 butir pernyataan dinyatakan valid, dan 3 butir pernyataan lainnya dinyatakan tidak valid. Karena pertanyaan nomor 14,31 dan 36 sudah terwakili dengan pernyataan lain, maka butir pernyataan yang tidak valid digugurkan.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran (Umar, 2005: 57). Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil tetap akan sama. Dalam menghitung reliabilitas, peneliti menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*

Rumus *Alpha Cronbach* (Sugiyono, 2010: 365):

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{(k-1)} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir

σ_t^2 : Varian total

Tabel 4. Interpretasi nilai *Alpha Cronbach*

Besarnya <i>Alpha Cronbach</i>	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,799	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,599	Cukup
Antara 0,200 sampai dengan 0,399	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto, 2010:276

Setelah diperoleh koefesiensi korelasi yaitu r_{11} sebenarnya baru diketahui tinggi rendahnya koefisien tersebut. Kreteria pengambilan keputusan untuk menentukan reliabel atau tidak adalah jika r lebih besar atau sama dengan 0.60 maka instrument reliabel ,Jika r lebih kecil dari 0.60 maka instrument tersebut tidak reliable. Dalam pelaksanaanya peneliti menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 20.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Interprestasi</i>
Kualitas Produk	0.700	Tinggi
Pelayanan	0.729	Tinggi
Kepuasan Konsumen	0.642	Tinggi

Hasil uji reliabilitas pada tabel dapat dinilai ***Cronbach's Alpha*** untuk semua variabel keseluruhan lebih besar dari 0.60 sehingga penelitian dinyatakan reliable.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk melakukan pengolahan data yang telah diperoleh dalam penelitian dan untuk menguji hipotesis dalam penelitian digunakan teknik analisis data. Menurut Muhidin (2007: 52), "Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian". Menurut Sugiyono (2016: 333) analisis data penelitian diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi ganda, karena terdiri dari satu variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen dengan dua variabel bebas (X1 dan X2) Kualitas Produk dan Pelayanan. Langkah-langkah dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi ganda adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Dalam analisis kuantitatif , teknik analisis yang digunakan adalah dengan analisis regresi yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan menggunakan proses program SPSS.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang diperlukan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan untuk menguji hipotesis berdistribusi normal atau tidak. Menurut Siregar (2014: 153) menyatakan bahwa tujuan dari uji normalitas data adalah mengetahui populasi data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Apabila data berdistribusi normal maka data tersebut memenuhi prasyarat analisis regresi linier.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS 20.0 for Windows*. Pengujian normalitas ini menggunakan *Kolmogrov Smirnov* dengan taraf signifikan 5%. Asumsi normalitas terpenuhi ketika pengujian normalitas menghasilkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sebaliknya asumsi normalitas tidak terpenuhi ketika pengujian normalitas menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Priyatno, 2012:39).

b) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji asumsi yang diambil benar atau menyimpang dan untuk mengetahui bentuk hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat, apakah berbentuk linier atau non linier (Ghozali, 2009: 115). Uji linieritas pada penelitian ini menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) $< 0,05$ dengan perhitungan menggunakan aplikasi *SPSS 20.0 for windows*. Jika uji yang dilakukan tidak menunjukkan linear maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan.

Pengujian linearitas diperlukan beberapa kelompok data yang setiap kelompok terdiri dari beberapa data yang sama pada data X dan pasangan data Y. Yang diperlukan dalam pengujian linearitas, yaitu : jumlah kuadrat (JK) untuk berbagai variasi yaitu jumlah kuadrat total (JK – T), regresi (a), regresi (b/a), jumlah kuadrat sisa atau residu (JK – S), jumlah kuadrat tuna

cocok (JK – TC) dan jumlah kuadrat galat atau eror (JK – G) (Susetyo Budi, 2014: 154). Adapun rumus perhitungannya menurut Sugiyono (2007: 286) dengan uji F adalah sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R^2 (N - M - 1)}{M (1 - R^2)}$$

Keterangan:

F_{reg} : Harga garis korelasi

N : Cacah kaus

M : Cacah prediktor

R : Koefisien korelasi antara kriterium dan prediktor

Kriteria pengukurannya adalah jika nilai uji F_{hitung} kurang dari nilai F_{tabel} maka distribusi berpola linier (hubungan kriterium dan prediktor adalah hubungan linear), tetapi jika nilai uji F_{hitung} lebih dari nilai F_{tabel} maka distribusi berpola tidak linier.

c) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan keadaan dimana antar variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak terjadi multikolinieritas atau tidak ada korelasi sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independennya (Priyatno, 2014: 99). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat melihat nilai *Tolerance* dan VIF. Jika *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas namun sebaliknya jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan VIF lebih besar dari 10,00 maka terjadi multikolinieritas. Jika terjadi multikolinieritas antar variabel maka uji regresi ganda tidak dapat dilanjutkan, sebaliknya jika tidak terjadi multikolinieritas maka uji regresi ganda dapat dilanjutkan. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20 for windows.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan ketika data sudah memenuhi prasyarat analisis.

Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis sebagai berikut :

a) Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_1) sama dengan nol, atau $H_0: = 0$ yang artinya adalah apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (β_1), parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau $H_0: \neq 0$ yang artinya adalah variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen (Kuncoro, 2001)

Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

Dasar pengambilan keputusan ditentukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi t hitung $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima.
- 2) Jika tingkat signifikansi t hitung $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak

b) Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua

Variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_K = 0$ yang artinya adalah apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a), tidak semua parameter simultan sama dengan nol, atau $H_0: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \dots \neq \beta_K \neq 0$ yang artinya adalah semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen (Kuncoro, 2001).

Kriteria pengujian :

1) Jika tingkat signifikansi $F > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

2) Jika tingkat signifikansi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

c) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan, digunakan alat uji regresi linier berganda dengan dua prediktor sebagai berikut (Siregar, 2014: 406):

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = Kepuasan Konsumen
 X_1 = Kualitas Produk
 X_2 = Pelayanan
 a, b_1 serta b_2 = Konstanta

Perhitungan analisis regresi linier berganda ini menggunakan aplikasi SPSS versi 20.0 for windows.

d) Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Priyatno, 2009: 56). Perhitungan dilakukan dengan aplikasi SPSS versi 20.0 for windows dengan melihat nilai R^2 (*Adjusted R Square*) pada tabel *Model Summary*. Jika dengan menggunakan rumus yaitu sebagai berikut :

$$R^2 y(x_1, x_2) = (p_{yx_1} \ p_{yx_2}) \begin{bmatrix} r_{yx_1} \\ r_{yx_2} \end{bmatrix}$$

Keterangan:

p_{yx_1} : Koefisien jalur X_1 ke Y

p_{yx_2} : Koefisien jalur X_2 ke Y

$R^2 y(x_1, x_2)$: Pengaruh determinasi X_1 dan X_2 ke Y

Analisis koefisien determinasi untuk mengukur pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y dengan $0 < R^2 < 1$. Jika koefisien korelasi mendekati +1 atau -1 berarti hubungan antarvariabel tersebut semakin kuat, dan jika koefisien korelasi mendekati angka 0 berarti hubungan antarvariabel tersebut semakin lemah.

e) Menghitung Sumbangan Relatif Dan Efektif Masing-Masing Prediktor Terhadap Kriteria (Y)

- 1) Sumbangan relatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan masing-masing variabel X_1 dan X_2 terhadap Y . Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Prediktor } X_1 : \text{SR \%} = \frac{a_1 \sum X_1 Y}{JK (Reg)} \times 100\%$$

$$\text{Prediktor } X_2 : \text{SR \%} = \frac{a_2 \sum X_2 Y}{JK (Reg)} \times 100\%$$

- 2) Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan masing-masing variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y atau mencari efektifitas yang diberikan suatu variabel bebas kepada variabel terikat dengan variabel bebas lain yang diteliti. Sumbangan efektif (SE) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

- a) Terlebih dahulu dicari efektif garis regresi dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK(Reg)}{JK(T)} \times 100\%$$

- b) Mencari sumbangan efektif X_1 terhadap Y dengan rumus sebagai berikut:

$$SE\% X_1 = SR\% X_1 \times R^2$$

- c) Mencari sumbangan efektif X_2 terhadap Y dengan rumus sebagai berikut:

$$SE\% X_2 = SR\% X_2 \times R^2$$

Keterangan:

SR : Sumbangan relatif masing-masing predictor

SE : Sumbangan efektif masing-masing predictor

R^2 : Koefisien korelasi antara X_1 dan X_2 dengan Y

(Hadi, 2006:37)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedaibangsawan . Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang meliputi : Deskripsi data, Pengujian persyaratan analisis ,pengujian hipotesis, dan pembahasan.

A. Deskripsi Data .

1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah semua pengunjung Kedai Bangsawan.jumlah Konsumen yang terpilih sebagai responden sebanyak 80 orang dengan identitas sebagai berikut: jenis kelamin,pekerjaan, usia dan berapa kali kunjungan ke KedaiBangsawan

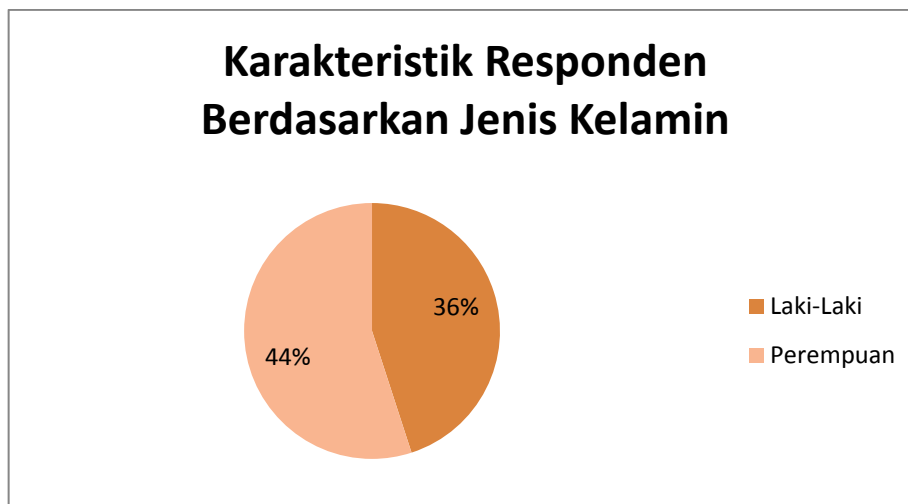
a. Jenis kelamin

Karakteristik konsumen dilihat dari jenis kelamin yang didapat peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Prosentase (%)
Laki-laki	36	36%
Perempuan	44	44%
Total	80	100%

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang paling banyak berkunjung adalah perempuan sebanyak 44 responden (44%), dan paling sedikit adalah laki-laki sebanyak 36 responden (36%).



Gambar 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

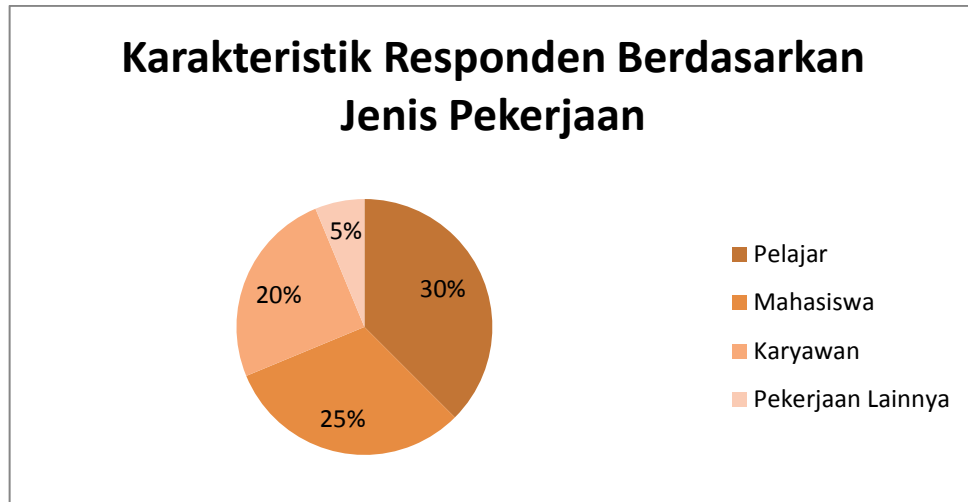
b. Pekerjaan

Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan yang didapat peneliti, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 7. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Kategori	Frekuensi	Prosentase (%)
Pelajar	30	30%
Mahasiswa	25	25%
Karyawan	20	20%
Pekerjaan Lainnya	5	5%
Total	80	100%

Dari tabel diatas dapat dilihat mayoritas pelanggan paling banyak adalah pelajar sebanyak 30 responden (30 %), paling sedikit adalah pekerjaan lainnya responden (5%), .



Gambar 3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

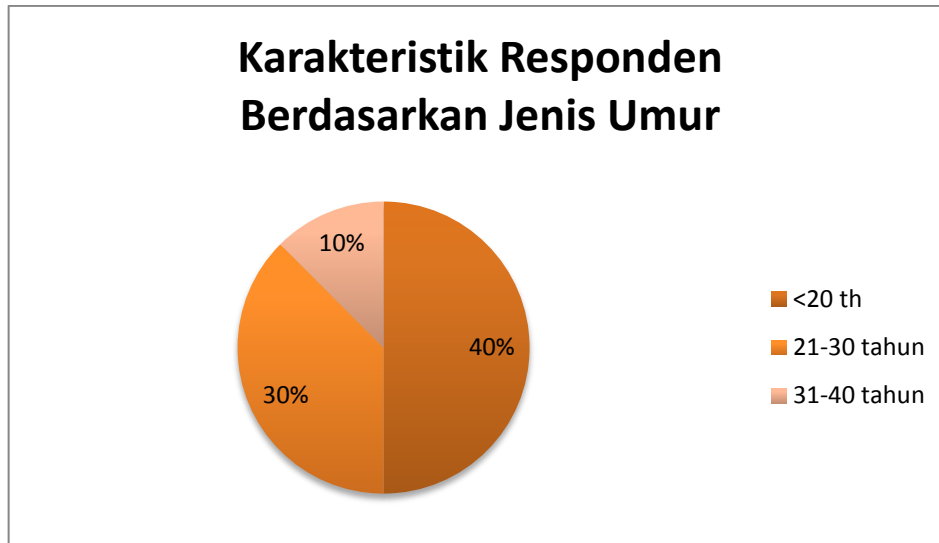
c. Umur

Karakteristik konsumen berdasarkan umur yang didapat peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8. Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Kategori	Frekuensi	Prosentase (%)
<20 tahun	40	40%
21-30tahun	30	30%
31-40tahun	10	10%
Total	80	100%

Dari tabel diatas dapat dilihat mayoritas pelanggan berumur sekitar < 20tahun sebanyak 40 responden (40%), dan paling sedikit berumur 31- 40 tahun 10 responden (10%).



Gambar 4. Karakteristik Responden berdasarkan Umur

d. Intensitas Kunjungan

Karakteristik konsumen berdasarkan intensitas kunjungan yang didapat peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 9. Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Kunjungan ke KedaiBangsawan .

Kategori	Frekuensi	Prosentase (%)
1 kali	15	15%
2 kali	40	40%
3 kali	25	25%
Total	80	100%

Dari tabel diatas dapat dilihat mayoritas pelanggan yang berkunjung 2 kali sebanyak 40 responden (40%), dan paling sedikit berkunjung 1 kali adalah 15 responden (15 %).



Gambar 5. Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Kunjungan ke KedaiBangswan.

2. Deskripsi Data Penelitian.

A. Statistik Deskriptif

Deskripsi kategori variabel menggunakan tanggapan responden mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten. Data hasil penelitian kemudian dikategorikan ke dalam tiga kelompok yaitu tinggi, sedang dan rendah. Hasil kategorisasi tersebut disajikan berikut ini :

a. Kualitas Produk(X1)

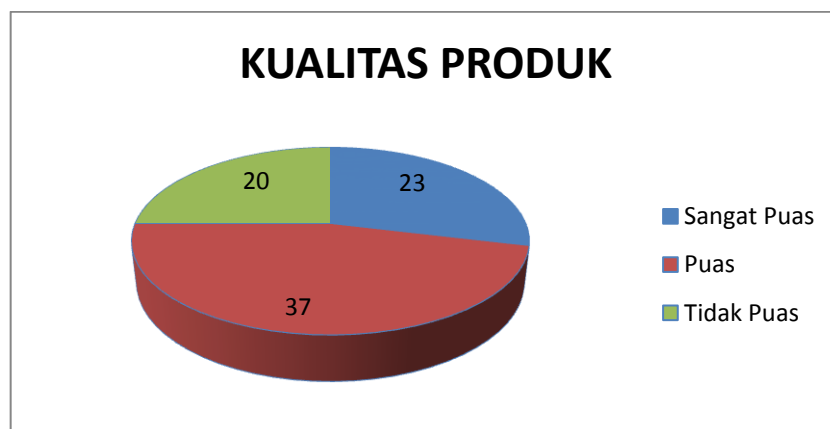
Hasil analisis deskriptif pada kualitas produk nilai minimum sebesar 59, nilai maksimum sebesar 71, mean sebesar 64.6 ,median sebesar 65. Selanjutnya data kualitas produk dikategorikan .Kategorisasi untuk variabel kualitas produk disajikan pada tabel 10.berikut ini :

Tabel 10. Kategorisasi Kualitas Produk

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Puas	23	28.75 %
Puas	37	46.25 %
Tidak Puas	20	25.00%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap kualitas produk dalam kategori puas yaitu sebanyak 37 orang dengan presentase 46.25% yang memberi nilai sangat puas sebanyak 23 orang dengan presentase 28.75% dan responden yang memberikan penilaian kategori tidak puas sebanyak 20 orang dengan presentase 25%. Kategorisasi variabel kualitas produk dapat juga dilihat pada diagram berikut ini :



Gambar 6. Diagram Kategorisasi Kualitas Produk

Variabel kualitas produk yang terdiri dari Performance, Features, Reability, Conformance, Durability, Estetika, Perceived Quality. Disajikan sebagai berikut :

1. Indikator Fungsi (*Performance*).

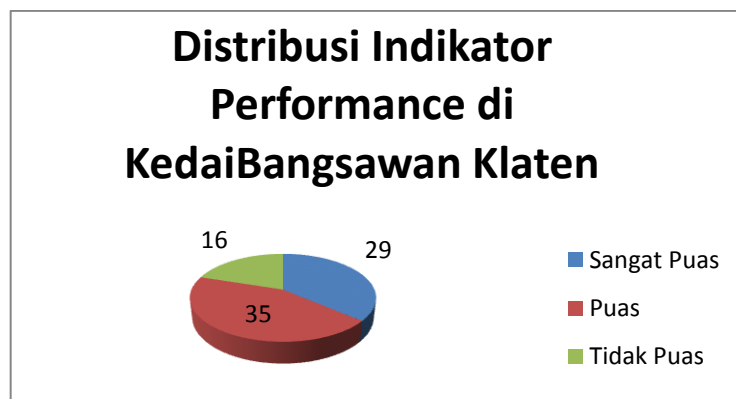
Penentuan kecenderungan kategori indikator Performance, di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator performance adalah 12.5 dan standar deviasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.11.

Tabel 11. Distribusi Indikator Performance di KedaiBangsawan Klaten

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 13.5$	29	36.25 %	Sangat Puas
2	$11.5 < X < 13.5$	35	43.75 %	Puas
3	$X < 11.5$	16	20%	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 7. Distribusi Indikator Performance di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator pada kategori sangat puas sebanyak 29 orang (36.35%) frekuensi indikator performance

pada kategori puas sebanyak 35 orang (43.75%) dan frekuensi indikator performance pada kategori tidak puas sebanyak 16 orang (20%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator performance berada dalam kategori puas yaitu 35 orang (43.75)%.

2. Indikator Fitur (*Features*).

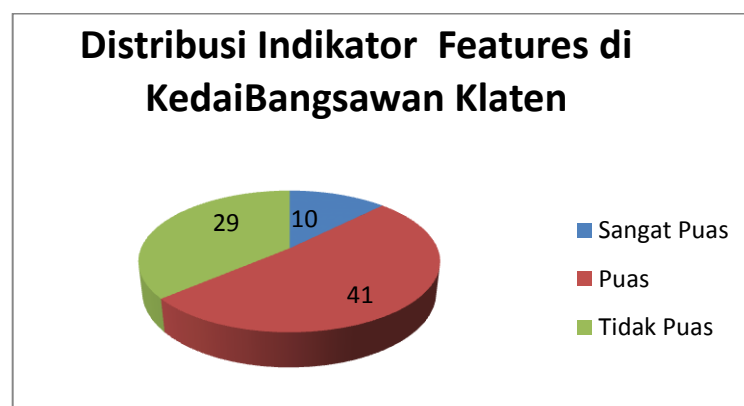
Penentuan kecenderungan kategori indikator Features, di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator Features adalah 13.5 dan standar deviasi sebesar 0.8 . Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.12.

Tabel 12. Distribusi Indikator Features di KedaiBangsawan Klaten

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 14.3$	10	12.5 %	Sangat Puas
2	$12.7 < X < 14.3$	41	51.25 %	Puas
3	$X < 12.7$	29	36.25%	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 8.distribusi Indikator Features di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator pada kategori sangat puas sebanyak 10 orang (12.5%) frekuensi indikator Features pada kategori puas sebanyak 41 orang (51.25%) dan frekuensi indikator Features pada kategori tidak puas sebanyak 29 orang (36.25%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Features berada dalam kategori puas yaitu 41 orang (51.25%).

3. Indikator Keandalan (*Reability*).

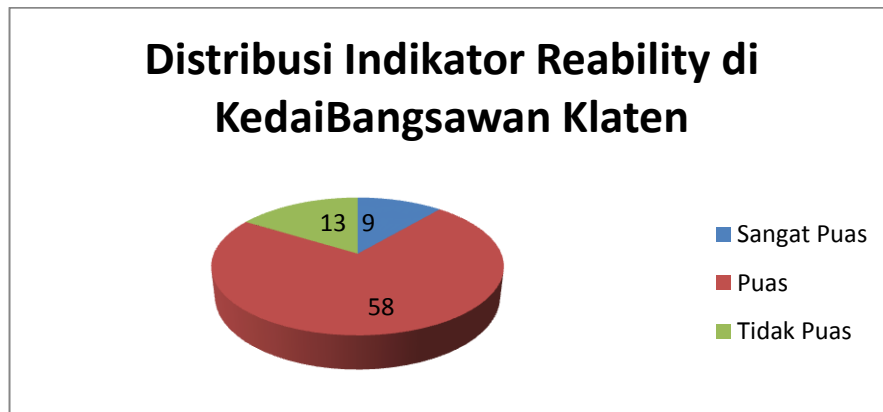
Penentuan kecenderungan kategori indikator Features, di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator Features adalah 13 dan standar deviasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.13.

Tabel 13. Distribusi Indikator Reability di KedaiBangsawan Klaten

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 14$	9	11.25 %	Sangat Puas
2	$12 < X < 14$	58	72.5 %	Puas
3	$X < 13$	13	16.25%	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 9.distribusi Indikator Reability di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator pada kategori sangat puas sebanyak 9 orang (11.25%)frekuensi indikator Reability pada kategori puas sebanyak 58 orang (72.5%) dan frekuensi indikator Reability pada kategori tidak puas sebanyak 13 orang (16.25%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Reability berada dalam kategori puas yaitu 58 orang (72.5%).

4. Indikator *Conformance*.

Penentuan kecenderungan kategori indikator *Conformance*, di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari nilai standar devisiasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator *Conformance* adalah 6 dan standar devisiasi sebesar 0.6 . Berdasarkan perhitungan

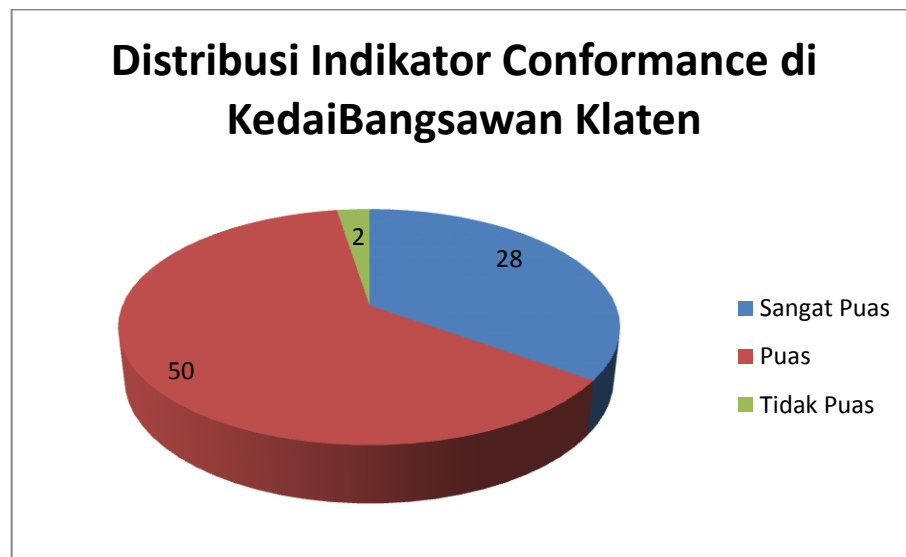
tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.14.

Tabel 14. Distribusi Indikator Conformance di KedaiBangsawan Klaten

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 6.6$	28	35 %	Sangat Puas
2	$5.4 < X < 6.6$	50	62.5 %	Puas
3	$X < 5.4$	2	2.5%	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 10. Distribusi Indikator Conformance di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator Conformance pada kategori sangat puas sebanyak 28 orang (35%) frekuensi indikator Conformance pada kategori puas sebanyak 50 orang (62.5%) dan frekuensi indikator Reability pada kategori tidak puas sebanyak 2 orang (2.5%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Conformance berada dalam kategori puas yaitu 50 orang (62.5%).

5. Indikator Usia Produk (*Durability*)

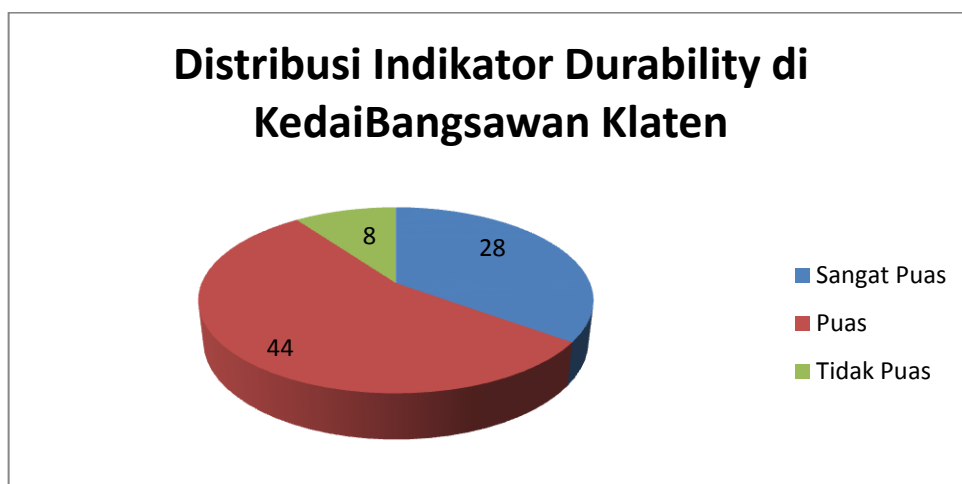
Penentuan kecenderungan kategori indikator *Durability* , di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator *Durability* adalah 6 dan standar deviasi sebesar 0.6. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.15.

Tabel 15. Distribusi Indikator *Durability* di KedaiBangsawan Klaten

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 6.6$	28	35 %	Sangat Puas
2	$5.4 < X < 6.6$	44	55 %	Puas
3	$X < 5.4$	8	10%	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 11. Distribusi Indikator Durability di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator Durability pada kategori sangat puas sebanyak 28 orang (35%) frekuensi indikator Durability pada kategori puas sebanyak 44 orang (55%) dan frekuensi

indikator *Durability* pada kategori tidak puas sebanyak 8 orang (10%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator *Durability* berada dalam kategori puas yaitu 44 orang (55%).

6. Indikator *Estetika*

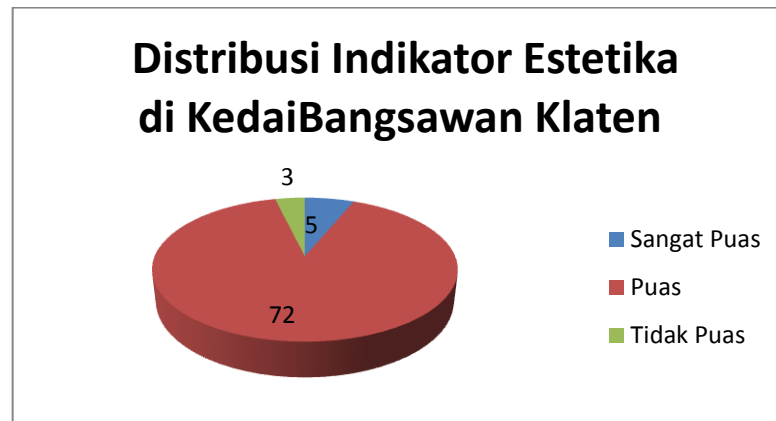
Penentuan kecenderungan kategori indikator *Estetika*, di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator *Estetika* adalah 6.5 dan standar deviasi sebesar 0.5. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.16.

Tabel 16. Distribusi Indikator Estetika di KedaiBangsawan Klaten.

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 6.6$	5	6.25 %	Sangat Puas
2	$5.4 < X < 6.6$	72	90 %	Puas
3	$X < 5.4$	3	3.75 %	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 12.Distribusi Indikator Estetika di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator Estetika pada kategori sangat puas sebanyak 5 orang (6.25%)frekuensi indikator Estetika pada kategori puas sebanyak 72 orang (90%) dan frekuensi indikator Estetika pada kategori tidak puas sebanyak 3 orang (3.75%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Estetika berada dalam kategori puas yaitu 72 orang (90%).

7. Indikator *Perceived Quality*

Penentuan kecenderungan kategori indikator *Perceived Quality* di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari nilai standar devisiasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator *Perceived Quality* adalah 6.5 dan standar devisiasi sebesar 0.5. Berdasarkan

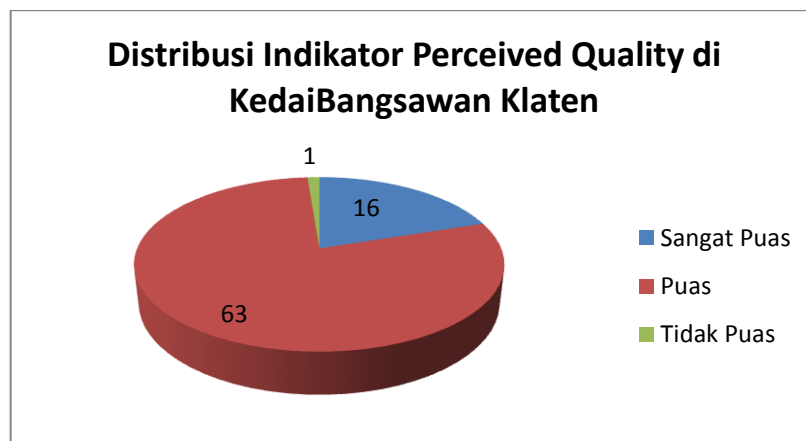
perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.17.

Tabel 17. Distribusi Indikator *Perceived Quality* di KedaiBangsawan Klaten.

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 7$	16	20 %	Sangat Puas
2	$6 < X < 7$	63	78.75 %	Puas
3	$X < 6$	1	1.25 %	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 13. Distribusi Indikator *Perceived Quality* di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator *Perceived Quality* pada kategori sangat puas sebanyak 16 orang (20 %)frekuensi indikator *Perceived Quality* pada kategori puas sebanyak 63 orang (78.75%) dan frekuensi indikator *Perceived Quality* pada kategori tidak puas sebanyak 1 orang (1.25%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator *Perceived Quality* berada dalam kategori puas yaitu 63 orang (78.75%).

b. Pelayanan (X2)

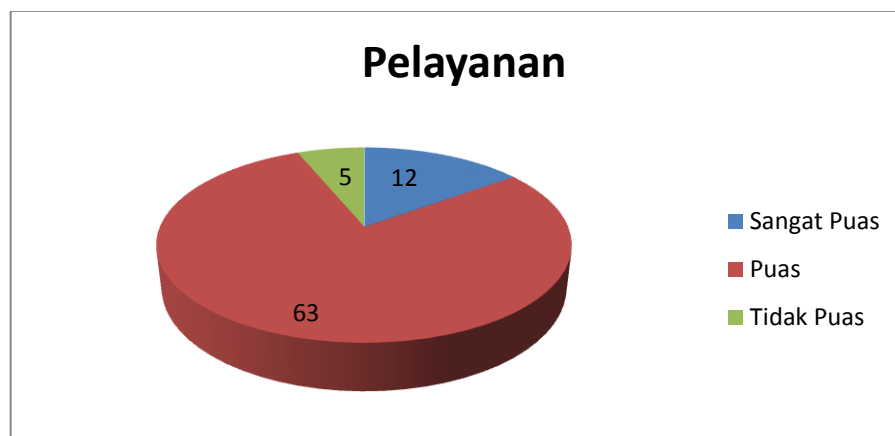
Hasil analisis deskriptif pada Pelayanan nilai minimum sebesar 57, nilai maksimum sebesar 67, mean sebesar 61.59 ,median sebesar 61. Selanjutnya data kualitas produk dikategorikan .Kategorisasi untuk variabel pelayanan disajikan pada tabel 19.berikut ini :

Tabel 18. Kategorisasi Pelayanan di KedaiBangsawan Klaten

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Puas	12	15 %
Puas	63	78.75 %
Tidak Puas	5	6.25%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap pelayanan dalam kategori puas yaitu sebanyak 12 orang dengan presentase 15% yang memberi nilai sangat puas sebanyak 63 orang dengan presentase 78.75% dan responden yang memberikan penilaian kategori tidak puas sebanyak 5 orang dengan presentase 6.25%. Kategorisasi variabel pelayanan dapat juga dilihat pada diagram berikut ini :



Gambar 14. Diagram Kategorisasi Pelayanan

Variabel Pelayanan terdiri dari Tangible, Reability, Responsive, Assurance, Emphaty. Disajikan sebagai berikut :

1. Indikator Berwujud (*Tangible*).

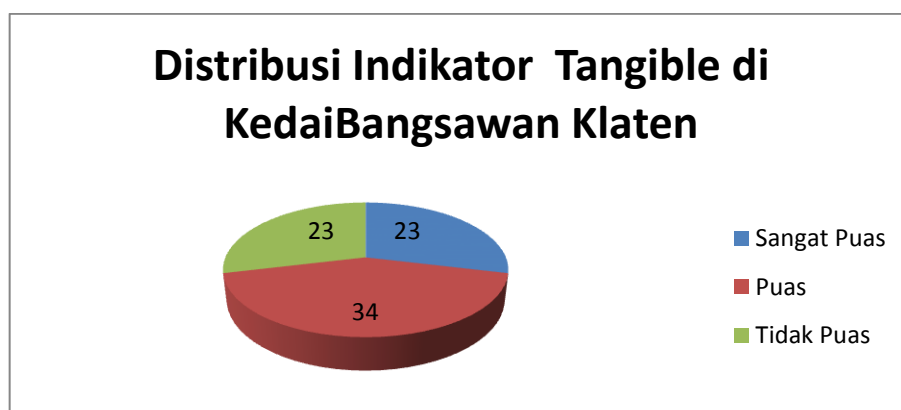
Penentuan kecenderungan kategori indikator *Tangible* di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar devisiasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator *Tangible* adalah 20 dan standar devisiasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.19.

Tabel 19. Distribusi Indikator *Tangible* di KedaiBangsawan Klaten.

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 21$	23	28.75 %	Sangat Puas
2	$19 < X < 21$	34	42.5 %	Puas
3	$X < 19$	23	28.75 %	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 15. Diagram Indikator Tangible di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator Tangible pada kategori sangat puas sebanyak 23 orang (28.75 %)frekuensi indikator Tangible pada kategori puas sebanyak 34 orang (42.5%) dan frekuensi indikator Tangible pada kategori tidak puas sebanyak 23 orang (28.75%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Tangible berada dalam kategori puas yaitu 34 orang (42.5%).

2. Indikator Keandalan (*Reability*)

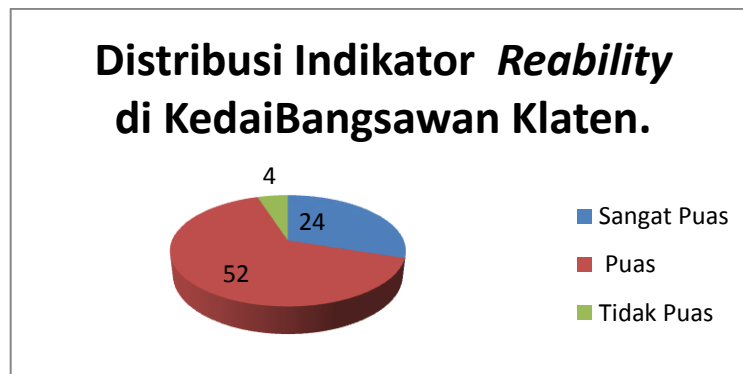
Penentuan kecenderungan kategori indikator *Reability* di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator *Reability* adalah 9.5 dan standar deviasi sebesar 0.8. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.20.

Tabel 20. Distribusi Indikator *Reability* di KedaiBangsawan Klaten

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 10.3$	24	30 %	Sangat Puas
2	$8.7 < X < 10.3$	52	65 %	Puas
3	$X < 8.7$	4	5 %	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 16. Diagram Indikator Reability

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator Reability pada kategori sangat puas sebanyak 24 orang (30 %)frekuensi indikator Reability pada kategori puas sebanyak 52 orang (65%) dan frekuensi indikator Reability pada kategori tidak puas sebanyak 4 orang (5%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Reability berada dalam kategori puas yaitu 52 orang (65%).

3. Indikator Respon (Responssive).

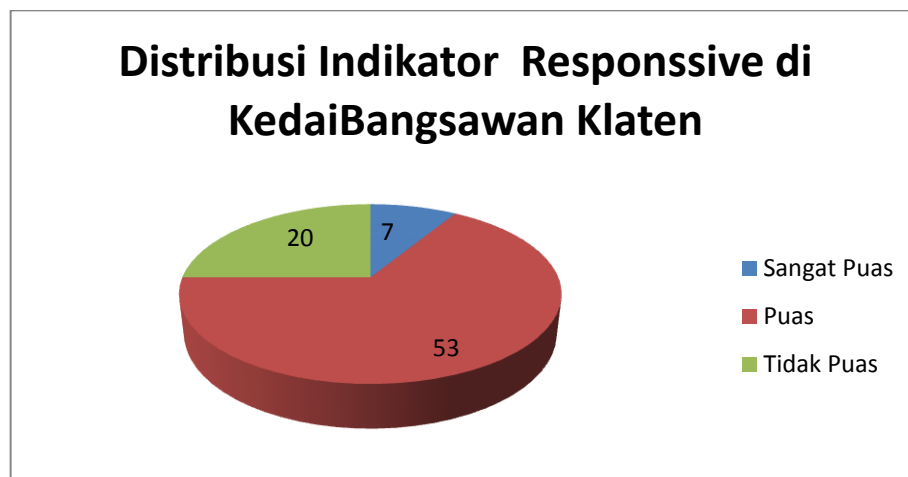
Penentuan kecenderungan kategori indikator Responssive di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari nilai standar devisiasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator Responssive adalah 13 dan standar devisiasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.21

Tabel 21. Distribusi Indikator Responssive di KedaiBangsawan Klaten

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 14$	7	8.75 %	Sangat Puas
2	$12 < X < 14$	53	66.25 %	Puas
3	$X < 12$	20	25 %	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 17. Diagram Indikator Responssive di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator Responssive pada kategori sangat puas sebanyak 7 orang (8.75 %)frekuensi indikator Responssive pada kategori puas sebanyak 53 orang (66.25%) dan frekuensi indikator Responssive dan kategori tidak puas sebanyak 20 orang (25%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Responssive berada dalam kategori puas yaitu 53 orang (66.25%).

4. Indikator Jasminan (Assurance).

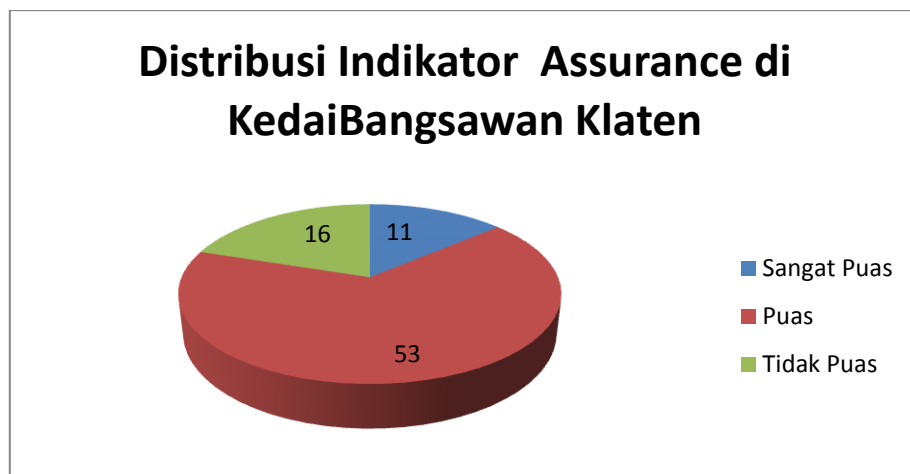
Penentuan kecenderungan kategori indikator Assurance di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar devisiasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator Assurance adalah 13 dan standar devisiasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.22

Tabel 22. Distribusi Indikator Assurance di KedaiBangsawan Klaten.

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 10.3$	11	13.75 %	Sangat Puas
2	$8.7 < X < 10.3$	53	66.25 %	Puas
3	$X < 8.7$	16	20 %	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 18. Diagram Indikator Assurance di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator Assurance pada kategori sangat puas sebanyak 11 orang (13.75%) frekuensi indikator Assurance pada kategori puas sebanyak 53 orang (66.25%) dan frekuensi indikator Assurance dan kategori tidak puas sebanyak 16 orang (20%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Assurance berada dalam kategori puas yaitu 53 orang (66.25%)

5. Indikator Empati(*Emphaty*).

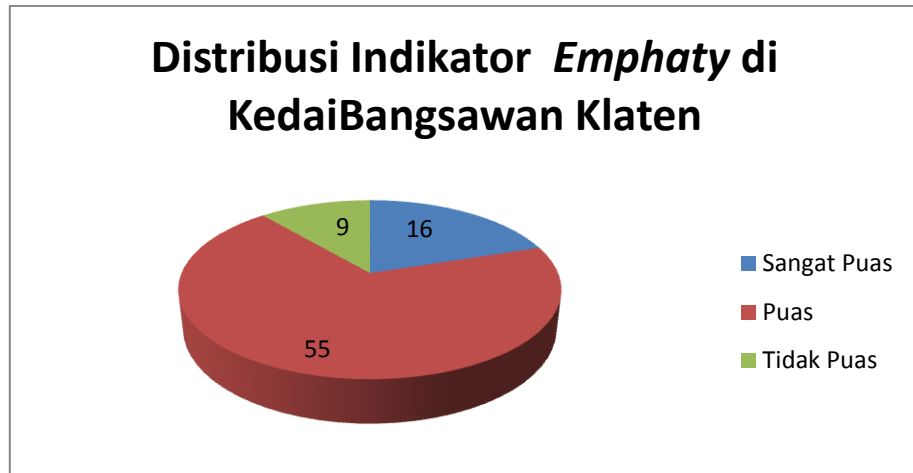
Penentuan kecenderungan kategori indikator *Emphaty* di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar devisiasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator *Emphaty* adalah 13 dan standar devisiasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.23

Tabel 23. Distribusi Indikator *Emphaty* di KedaiBangsawan Klaten.

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 10.3$	16	20 %	Sangat Puas
2	$8.7 < X < 10.3$	55	68.75 %	Puas
3	$X < 8.7$	9	11.25 %	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 19. Diagram Indikator *Emphaty* di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator *Emphaty* pada kategori sangat puas sebanyak 16 orang (20%) frekuensi indikator *Emphaty* pada kategori puas sebanyak 55 orang (68.75%) dan frekuensi indikator *Emphaty* dan kategori tidak puas sebanyak 9 orang (11.25%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator *Emphaty* berada dalam kategori puas yaitu 55 orang (68.75%).

c. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

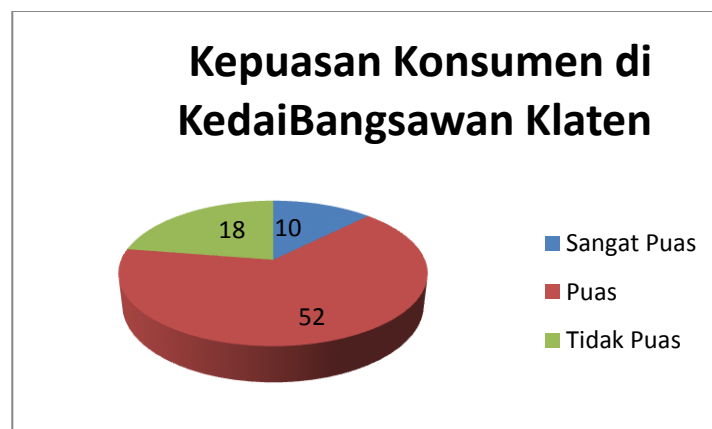
Hasil analisis deskriptif pada variabel Kepuasan Konsumen nilai minimum sebesar 19 , nilai maksimum sebesar 28 , mean sebesar 23.02 ,median sebesar 23. Selanjutnya data Kepuasan Konsumen dikategorikan .Kategorisasi untuk Kepuasan Konsumen disajikan pada tabel 24.berikut ini :

Tabel 24. Kategorisasi Kepuasan Konsumen di KedaiBangsawan Klaten.

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Puas	10	12.5 %
Puas	52	62.5 %
Tidak Puas	18	22.5%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian terhadap Kepuasan Konsumen dalam kategori puas yaitu sebanyak 10 orang dengan presentase 12.5% yang memberi nilai sangat puas sebanyak 52 orang dengan presentase 62.5% dan responden yang memberikan penilaian kategori tidak puas sebanyak 18 orang dengan presentase 22.5%. Kategorisasi variabel Kepuasan Konsumen dapat juga dilihat pada diagram berikut ini :



Gambar 20. Diagram Kategorisasi Kepuasan Konsumen di KedaiBangsawan Klaten.

Variabel Kepuasan Konsumen terdiri dari Kualitas produk dan Pelayanan Disajikan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk

Penentuan kecenderungan kategori indikator Kualitas Produk di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{mak} + X_{min})$, dan mencari nilai standar devisiasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{mak} - X_{min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator Kualitas Produk adalah 6.5 dan standar devisiasi sebesar 0.5. Berdasarkan perhitungan

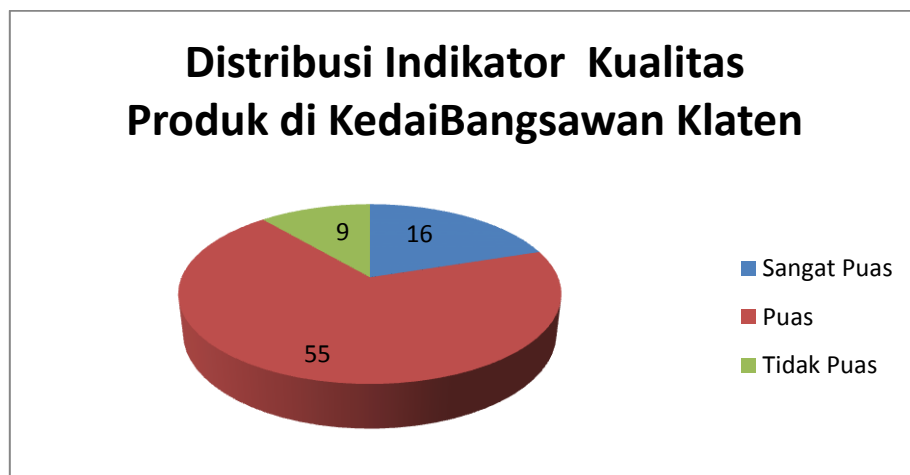
tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.25

Tabel 25. Distribusi Indikator Kualitas Produk di KedaiBangsawan Klaten.

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 7$	16	20 %	Sangat Puas
2	$6 < X < 7$	55	68.75 %	Puas
3	$X < 6$	9	11.25 %	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 21. Diagram Indikator Kualitas Produk di KedaiBangsawan Klaten.

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator Kualitas Produk pada kategori sangat puas sebanyak 16 orang (20%) frekuensi indikator Kualitas Produk pada kategori puas sebanyak 55 orang (68.75%) dan frekuensi indikator Kualitas Produk dan kategori tidak puas sebanyak 9 orang (11.25%). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Kualitas Produk berada dalam kategori puas yaitu 55 orang (68.75%).

2. Pelayanan

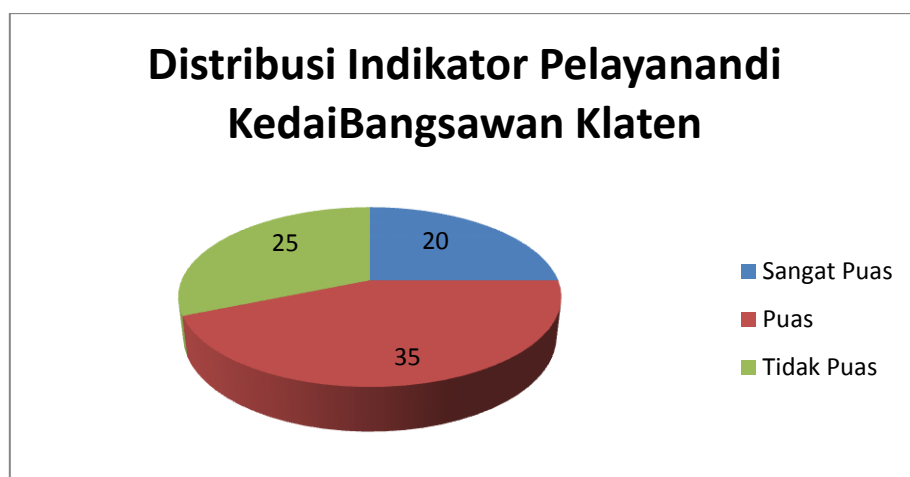
Penentuan kecenderungan kategori indikator Pelayanan di peroleh dari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = 1/2 (X_{\max} + X_{\min})$, dan mencari nilai standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = 1/6 (X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan norma diatas, mean ideal indikator Pelayanan adalah 16.5 dan standar deviasi sebesar 1. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel distribusi kecenderungan yang dapat dilihat pada Tabel.26

Tabel 26. Distribusi Indikator Pelayanan di KedaiBangsawan Klaten.

No	Skor	Frekuensi	Presentase(%)	Kategori
1	$X > 17.5$	20	25 %	Sangat Puas
2	$15.5 < X < 17.5$	35	43.75 %	Puas
3	$X < 15.5$	25	31.25 %	Tidak Puas
Total		80	100%	

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pie chart yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 22. Diagram Indikator Pelayanan di KedaiBangsawan Klaten

Berdasarkan tabel dan pie chart diatas frekuensi indikator Pelayanan pada kategori sangat puas sebanyak 20 orang (25%) frekuensi indikator Pelayanan pada kategori puas sebanyak 35 orang (43.75%) dan frekuensi indikator Kualitas Produk dan kategori tidak puas sebanyak 25 orang (31.25%) . Jadi dapat disimpulkan kecenderungan indikator Pelayanan berada dalam kategori puas yaitu 35 orang (43.75%).

B. Hasil Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal atau tidak. Statistika parametrik mensyaratkan bahwa data harus terdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini

Tabel 27. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Produk	Pelayanan	Kepuasan Konsumen
N		80	80	80
Normal	Mean	64.66	61.74	23.01
Parameters ^a	Std. Deviation	3.547	1.941	2.022
Most Extreme	Absolute	.143	.148	.142
Differences	Positive	.143	.136	.142
	Negative	-.125	-.148	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		1.280	1.322	1.268
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075	.061	.080
a. Test distribution is Normal.				

Berdasarkan hasil dari pengujian normalitas tabel 4.2 maka dapat dijelaskan masing-masing variabel sebagai berikut,

a. Uji Normalitas Kualitas Produk

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS. Asumsi normalitas terpenuhi ketika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Setelah dilakukan pengujian hasilnya menunjukkan bahwa data Kualitas Produk memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,75. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kualitas produk tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan data variabel kualitas produk berdistribusi normal atau model regresi ini telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Normalitas Pelayanan.

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS. Asumsi normalitas terpenuhi ketika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Setelah dilakukan pengujian hasilnya menunjukkan bahwa data Pelayanan memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,61. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) Pelayanan tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan data variabel pelayanan berdistribusi normal atau model regresi ini telah memenuhi asumsi normalitas.

c. Uji Normalitas Kepuasan Konsumen

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS. Asumsi normalitas terpenuhi ketika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Setelah dilakukan pengujian hasilnya menunjukkan bahwa data kepuasan konsumen memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,80. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kepuasan konsumen tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan data variabel kepuasan konsumen berdistribusi normal atau model regresi ini telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Untuk mengetahui apakah dua variabel tersebut mempunyai hubungan yang linier atau tidak, maka dilakukan pengujian dengan bantuan program SPSS. Uji linieritas ini menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Variabel dapat dikatakan linier apabila nilai signifikansi (*Linearity*) lebih kecil dari 0,05.

a. Kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen.

Tabel 28. Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Produk	Betwee	(Combined)	68.178	12	5.681	1.494	.149
	n	Linearity	33.451	1	33.451	8.796	.004
	Groups	Deviation					
		from	34.726	11	3.157	.830	.611
		Linearity					
Within Groups			254.810	67	3.803		
Total			322.987	79			

Sumber: data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan uji linieritas yang dilakukan, nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Produk (X_1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,004 atau kurang dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi linieritas.

b. Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 29. Hasil Uji Linieritas

c. ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Pelayanan	Between	(Combined)	63.193	9	7.021	1.892	.067
	Groups	Linearity	15.664	1	15.664	4.221	.044
		Deviation from Linearity	47.530	8	5.941	1.601	.140
	Within Groups		259.794	70	3.711		
	Total		322.987	79			

Sumber: data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan uji linieritas yang dilakukan, nilai signifikansi untuk variabel pelayanan (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y) adalah 0,044 atau kurang dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model regresi ini juga memenuhi asumsi linieritas.

C. Uji Multikolinieritas.

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi berganda ditemukan adanya korelasi antar variabel *independent*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*. Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 30. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-6.172	8.074		-.764	.447		
Kualitas Produk	.198	.060	.347	3.323	.001	.990	1.010
Pelayanan	.265	.109	.255	2.438	.017	.990	1.010

Sumber: data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan hasil dari uji multikolinieritas yang telah dilakukan, maka dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* variabel kualitas Produk adalah 0,990. Nilai *tolerance* variabel Pelayanan adalah 0,990. Kedua variabel tersebut memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 ($>0,1$). Sedangkan, koefisien VIF untuk variabel kualitas produk adalah 1,010. Koefisien VIF untuk variabel pelayanan adalah 1,010. Nilai VIF masing-masing variabel tersebut juga kurang dari 10 (<10). Oleh karena itu, nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih dari 0,1 ($>0,1$) dan nilai VIF kurang dari 10(<10), maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolieritas.

C. Uji Hipotesis.

Pengujian hipotesis merupakan langkah untuk membuktikan pernyataan yang dikemukakan dalam perumusan hipotesis. Hipotesis akan diterima apabila hasil penelitian dapat mendukung pernyataan hipotesis dan sebaliknya akan ditolak apabila hasil penelitian tidak mendukung pernyataan hipotesis.

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial dari masing-masing variabel. Di bawah ini merupakan hasil uji t pada penelitian ini.

a) Hipotesis

H_0 : tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *independent* (kualitas produk) terhadap variabel *dependent* (kepuasan konsumen) dan variabel *independent* (pelayanan) terhadap variabel *dependent* (kepuasan konsumen).

H_a : ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *independent* (kualitas produk) terhadap variabel *dependent* (kepuasan konsumen) dan variabel *independent* (pelayanan) terhadap variabel *dependent* (kepuasan konsumen).

b) Kriteria Pengujian

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

c) Nilai Probabilitas

Tabel 31. Koefisien

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.172	8.074		-.764	.447
	Kualitas Produk	.198	.060	.347	3.323	.001
	Pelayanan	.265	.109	.255	2.438	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan

Konsumen

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas bisa dilihat bahwa:

- Hasil dari pengujian yang telah dilakukan menunjukkan nilai probabilitas Kualitas Produk (X_1) adalah 0,001. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,323 > 1,991$). Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 0,05$ dengan df 77 ($n-k-1$ atau $80-2-1$), maka H_0 ditolak sehingga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). **maka hipotesis yang menyatakan “Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di KedaiBangsawan Klaten “ terbukti.**

- 2) Hasil dari pengujian yang telah dilakukan menunjukkan nilai probabilitas dari variabel pelayanan (X_2) adalah 0,017. Nilai probabilitas ini lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,438 > 1.991$). Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 0,05$ dengan df 77 ($n-k-1$ atau $80-2-1$), maka H_0 ditolak sehingga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel pelayanan (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). **maka hipotesis yang menyatakan “Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di KedaiBangsawan Klaten “ terbukti.**

2. Uji F

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent*. Berikut ini merupakan hasil uji F pada penelitian ini.

a) Hipotesis

H_0 : tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *independent* (kualitas produk dan pelayanan) terhadap variabel *dependent* (kepuasan konsumen).

H_a : ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *independent* (kualitas produk dan pelayanan) terhadap variabel *dependent* (kepuasan konsumen).

b) Kriteria Pengujian

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

c) Nilai Probabilitas

Tabel 32. ANOVA UJI F

ANOVA ^b						
		Sum of		Mean		
Model		Squares	df	Square	F	Sig.
1	Regression	54.205	2	27.103	7.764	.001 ^a
	Residual	268.782	77	3.491		
	Total	322.988	79			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel ANOVA di atas dapat dilihat bahwa hasil nilai F hitung adalah 7,764 sedangkan nilai F tabel ($df_1 = 2$; $df_2 = 77$; $\alpha = 0,05$) adalah 3,12. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Selain itu nilai probabilitas dalam kolom sig adalah 0,001 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *independent* (kualitas produk dan pelayanan) terhadap variabel *dependent* (kepuasan konsumen).maka dapat disimpulkan bahwa **“Kualitas produk dan layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedaibangsawan Klaten”**terbukti.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pengujian regresi linier berganda yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 33. Koefisien Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-6.172	8.074		-.764	.447		
Kualitas Produk	.198	.060	.347	3.323	.001	.990	1.010
Pelayanan	.265	.109	.255	2.438	.017	.990	1.010

Sumber: data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel *coefficients* tersebut, maka persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -6.172 + 0,198 X_1 + 0,265 X_2$$

Keterangan

\hat{Y} : Kepuasan Konsumen

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Pelayanan

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar **-6.172** secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas X_1 dan X_2 sama dengan nol maka nilai Y adalah- **6.172**.

- 2) Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,198 artinya kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Sedangkan koefisien 0,198 dapat berarti bahwa, apabila kualitas produk ditingkatkan sebesar satu satuan, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,198.
- 3) Koefisien regresi variabel Pelayanan (X_2) sebesar 0,265 artinya pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Sedangkan koefisien 0,265 dapat berarti bahwa, apabila pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,265.

D. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen . Hasil perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada output *Model Summary* sebagai berikut :

Tabel 34. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.410 ^a	.168	.146	1.868

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas Produk

Berdasarkan tabel *Model Summary* dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,168. Hal ini dapat diartikan bahwa 0,168 atau 16,8% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan.

Kemungkinan sisanya sebesar 83,2 % (100%-16,8%) dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Sumbangan relatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan masing-masing variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y secara bersama-sama membentuk 100%. Sumbangan relatif ini dihitung tanpa memperhatikan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Sedangkan sumbangan efektif digunakan untuk menghitung seberapa besar sumbangan murni yang diberikan masing-masing variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y dan prediktor lain yang mungkin berpengaruh namun tidak diajukan dalam penelitian.

Setelah melalui perhitungan maka diperoleh hasil sumbangan relatif dan sumbangan efektif sebagai berikut :

a) Sumbangan relatif X_1 dan X_2 terhadap Y

(1) Sumbangan relatif kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen sebesar 49,54%

(2) Sumbangan relative pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen sebesar 50,46%

b) Sumbangan efektif X_1 dan X_2 terhadap Y

(1) Sumbangan efektif kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen sebesar 32,10%

(2) Sumbangan efektif pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen sebesar 32,70%,

F. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas, maka akan dibahas hasil penelitian sebagai berikut.

a. Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haryanto (2013) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji McDonald's Manado. Menurut Handi Irawan (2002: 45) kualitas produk adalah driver kepuasan konsumen yang multidimensi. Bagi konsumen, kualitas mempunyai beberapa dimensi. Paling tidak, terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

(Kolter, 2005:259). Dari pendapat yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk juga memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan potensial apabila mereka merasa terpuaskan dengan produk tersebut.

b. Pelayanan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan (Lupiyadi, 2001:81). Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa yaitu: bukti fisik atau (*Tangible*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan *Empathy*.

Kualitas dari layanan yang diberikan oleh kedaibangsawan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Apabila kedai memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memenuhi harapan, maka konsumen merasa puas. Begitu juga sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas. Kualitas Pelayanan yang baik yang ditawarkan pada konsumen merupakan daya tarik konsumen untuk tetap setia berkunjung lagi.

c. Kualitas Produk dan Pelayanan Secara Bersama-sama Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 64,80%. Untuk memuaskan konsumen diperlukan strategi perusahaan dengan cara memberikan kualitas produk dan pelayanan konsumen dengan sebaik-baiknya dimensi kepuasan konsumen yang dapat mempengaruhi kualitas produk meliputi fungsi, fitur, keandalan, kesesuaian, usia produk, estetika, *perceived quality* dan kualitas pelayanan meliputi *tangibels*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Kepuasan pelanggan (*Customer Satifaction*) atau sering disebut juga dengan Total Customer Satisfaction menurut Barkley dan Saylor (1994: 82) merupakan fokus dari proses *Costomer-Driven Project Management* (CDPM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan pelanggan adalah kualitas. Begitu juga definisi singkat tentang kualitas yang dinyatakan oleh Juran (1993: 3) bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan. Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (1996:146) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Menurut hal yang diungkapkan Zeithaml & Bitner (2008:110) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa. Sementara menurut Dutka (dalam Melinda, 2008: 11) terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal yaitu (1). *Attributes*

related to product yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut. (2). *Attributes related to service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan. (3). *Attributes related to purchase* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Konsumen menilai kualitas produk yang ada di Kedai Bangsawan Klaten pada kategori Puas. Hal ini dapat ditunjukkan pada hasil kategorisasi kualitas produk dengan jumlah konsumen sebesar 37 orang dengan presentase 46.25%.
2. Konsumen menilai Pelayanan yang ada di Kedai Bangsawan Klaten pada kategori Puas. Hal ini dapat ditunjukkan pada hasil kategorisasi Pelayanan dengan jumlah konsumen sebesar 63 orang dengan presentase 78.75%.
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 32,10%.
4. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 32,70%.
5. Kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 64,80%.

B. Implikasi

Sebagai suatu penelitian yang telah dilakukan di bisnis bidang kuliner maka kesimpulan yang ditarik tentu mempunyai implikasi dalam bidang bisnis tersebut dan juga pada penelitian-penelitian selanjutnya, dengan hal tersebut maka implikasinya adalah sebagai berikut :

Hasil penelitian mengenai variabel kualitas produk dan pelayanan yang di berkaitan erat dengan kepuasan konsumen yang signifikan. Dimana kedua variabel tersebut memberikan kontribusi pada kepuasan konsumen 64,80 %.

Selama ini masalah kepuasan konsumen kurang diperhatikan oleh perusahaan. Untuk mengatasi masalah tersebut perlu adanya usaha mengadakan perbaikan meningkatkan kepuasan konsumen pada variabel Kualitas produk dan Pelayanan. Dengan upaya meningkatkan kepuasan konsumen diharapkan kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Untuk itu perlunya ada perbaikan yang harus dilakukan oleh Kedai Bangsawan sebagai berikut :

1. Memperbaiki cita rasa makanan agar tetap konsisten sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Memperbaiki tampilan makanan agar saat disajikan menarik.
3. Pelayanan diperbaiki lagi agar konsumen tidak menunggu terlalu lama dalam memesan menu.
4. Memperbaiki komunikasi dengan konsumen, agar konsumen merasa diperhatikan.
5. Kualitas produk dan pelayanan secara keseluruhan ditingkatkan lagi.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini telah diupayakan seoptimal mungkin agar diperoleh sesuai harapan yang diinginkan. Namun dalam pelaksanaan terdapat beberapa keterbatasan yang menyangkut penelitian ini, antara lain:

1. Dalam hal ruang lingkup penelitian, penelitian ini hanya meneliti masalah pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Walaupun menunjukkan hasil yang baik, namun tidak berarti bahwa kepuasan konsumen hanya dipengaruhi oleh faktor kualitas produk dan pelayanan. Namun masih ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Instrumen ini berupa kuesioner/angket tertutup, sehingga responden dalam memberikan pendapat terbatas bukan oleh apa yang dikehendakinya. Padahal bila diberikan jawaban secara terbuka, kemungkinan responden akan mengungkapkan fakta-fakta secara rinci berdasar apa yang diketahui dan dialami.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka para peneliti lain, diberikan saran-saran sebagai berikut.

1. Bagi Pengelola di Kedai Bangsawan Klaten

Pihak KedaiBangsawan sebaiknya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan seperti kualitas rasa makanan, kebersihan/higienis, kualitas atau tampilan dan variasi menu, mengingat koefisien kualitas produk yang ditawarkan masih rendah dimata konsumen, dengan meningkatkan kualitas produk maka nilai kepuasan konsumen akan menjadi lebih baik sehingga bisa menarik pelanggan dan mempertahankannya sehingga konsumen tidak akan berpindah pada pesaing lainnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti lain hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian seperti kualitas produk, harga, dan lokasi, sehingga dapat diperoleh variabel-variabel lain yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Taufik M .2005.Dinamika Pemasaran. Jkt : PT Rajagrafindo Persada
- Arikunto , Suharsimi .2002.Metodologi Penelitian.Jkt : Rineka Cipta
- Atmodjo, Marsum W. (2005). Restoran dan Segala Permasalahannya.Yogyakarta.
- Endang Mulyatiningsih. (2011). *Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik*. Yogyakarta: UNY Press
- Fandy Tjiptono,. 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.Tjiptono,
- Fandy Tjiptono, 2000.Manajemen Jasa, Penerbit Andi Yogyakarta .
- Fandi Tjiptono.(2001).Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial, majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. (2002). Strategi pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fandy, 2004. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi
- FandiTjiptono,.(2005). Pemasaran Jasa. Malang: Banyu Media.
- Fiani,Margaretha S. & Edwin Japariato. 2012. Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. Jurnal Manajemen Pemasaran. (Tersedia di www.google.com, diakses 8 januari 2017, 11:05)
- Ghozali, Imam. 2006. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS".Semarang :Badan Penerbit Undip*
- Handi, Irawan. (2002). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elex Media .
- Hassel Nogi S. Tangkilisan, M.Si, (2005), Manajemen Publik, Jakarta : Gramadia Widiasarana Indonesia
- Husein Umar.(2002).Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.Komputindo.
- Irawan . 2002 .Metode Penelitian Sosial. Bandung : Pt.Remaja RosdaKarya.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Edisi Satu. Jakarta : Salemba Empat.
- Philip, Kotler. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Priyatno, D. (2009). *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media.
- Prayitno, D. (2014). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendidikan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Prayitno, D. (2011). *Analisis Korelasi Parsial*. Diperoleh 15 Februari 2017 dari <http://duwiconsultant.blogspot.co.id/211/11/analisis-korelasi-parsial.html>.
- Sugiyono. (2009). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V Wiratna dan Poly Endaryanto. 2012. *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Yogyakarta: Amara Books
- Supranto, M.A.,APU. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar (Cetakan Keempat)*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Yoeti, O.A. (1999). *Psikologi Pelayanan Wisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yola ,M . 2013. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Important Performance Analysis (IPA)*. Teknik Industri, Universitas Islam Negeri Ulitan Syarif Kasyim. Riau

Aspek Performance

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (16+9)$$

$$= \frac{1}{2} (25)$$

$$= 12.5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (16-9)$$

$$= \frac{1}{6} (7)$$

$$= 1,16 \text{ dibulatkan menjadi } 1$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (12.5-1)$$

$$= < 11.5$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 11.5 \text{ sampai dengan } 13.5$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (12.5+1)$$

$$= > 13.5$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>13.5	29	36.25 %	Sangat Puas
11.5-13.5	35	43.75 %	Puas
<11.5	16	20%	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek Features

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (16+11)$$

$$= \frac{1}{2} (27)$$

$$= 13.5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (16-11)$$

$$= \frac{1}{6} (5)$$

$$= 0,83 \text{ dibulatkan menjadi } 0,8$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (13.5-0,8)$$

$$= < 12.7$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 12.7 \text{ sampai dengan } 14.3$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (13.5+0.8)$$

$$= > 14.3$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>14.3	10	12.5 %	Sangat Puas
12.7-14.3	41	51.25 %	Puas
<12.7	29	36.25%	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek reabilitity

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (16+10)$$

$$= \frac{1}{2} (26)$$

$$= 13$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (16-10)$$

$$= \frac{1}{6} (6)$$

$$= 1$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (13-1)$$

$$= < 12$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 12 \text{ sampai dengan } 14$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (13+1)$$

$$= > 14$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
$x > 14$	9	11.25 %	Sangat Puas
$12 \leq x \leq 14$	58	72.5 %	Puas
$x < 12$	13	16.25%	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek conformance

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (8+4)$$

$$= \frac{1}{2} (12)$$

$$= 6$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (8-4)$$

$$= \frac{1}{6} (4)$$

$$= 0.6$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (6-0.6)$$

$$= < 5.4$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 5.4 \text{ sampai dengan } 6.6$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (6+0.6)$$

$$= > 6.6$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
$x > 6.6$	28	11.25 %	Sangat Puas
$5.4 \leq x \leq 6.6$	50	72.5 %	Puas
$x < 5.4$	2	16.25%	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek Durability

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (8+4)$$

$$= \frac{1}{2} (12)$$

$$= 6$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (8-4)$$

$$= \frac{1}{6} (4)$$

$$= 0.6$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (6-0.6)$$

$$= < 5.4$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 5.4 \text{ sampai dengan } 6.6$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (6+0.6)$$

$$= > 6.6$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
$x > 6.6$	28	35 %	Sangat Puas
$5.4 \leq x \leq 6.6$	44	55 %	Puas
$x < 5.4$	8	10%	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek estetika

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (8+5)$$

$$= \frac{1}{2} (13)$$

$$= 6.5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (8-5)$$

$$= \frac{1}{6} (3)$$

$$= 0.5$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (6.5-0.5)$$

$$= < 6$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 6 \text{ sampai dengan } 7$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (6.5+0.5)$$

$$= > 7$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
$x > 7$	5	6.25 %	Sangat Puas
$6 < x < 7$	72	90 %	Puas
$x < 6$	3	3.75%	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek perceived quality

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (8+5)$$

$$= \frac{1}{2} (13)$$

$$= 6.5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (8-5)$$

$$= \frac{1}{6} (3)$$

$$= 0.5$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (6.5-0.5)$$

$$= < 6$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 6 \text{ sampai dengan } 7$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (6.5+0.5)$$

$$= > 7$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
$x > 7$	16	20 %	Sangat Puas
$6 < x < 7$	63	78.75 %	Puas
$x < 6$	1	1.25%	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek Pelayanan

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (67+57)$$

$$= \frac{1}{2} (124)$$

$$= 62$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (67-57)$$

$$= \frac{1}{6} (10)$$

$$= 1,66 \text{ dibulatkan menjadi } 1$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (62-1)$$

$$= < 61$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 61 \text{ sampai dengan } 63$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (62+1)$$

$$= > 63$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>63	12	15 %	Sangat Puas
61 - 63	63	78.75 %	Puas
< 61	5	6.25 %	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek tangible

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (24+16)$$

$$= \frac{1}{2} (40)$$

$$= 20$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (24-16)$$

$$= \frac{1}{6} (8)$$

$$= 1,33 \text{ dibulatkan menjadi } 1$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (20-1)$$

$$= < 19$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 19 \text{ sampai dengan } 21$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (20+1)$$

$$= > 21$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>21	23	28.75 %	Sangat Puas
19 - 21	34	42.5 %	Puas
< 19	23	28.75 %	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek *Reability*

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (12+7)$$

$$= \frac{1}{2} (19)$$

$$= 9,5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (12-7)$$

$$= \frac{1}{6} (5)$$

$$= 0,83 \text{ dibulatkan menjadi } 0,8$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (9.5-0.8)$$

$$= < 8.7$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 8,7 \text{ sampai dengan } 10.3$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (9.5+0.8)$$

$$= > 10.3$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>10.3	24	30 %	Sangat Puas
8.7 – 10.3	52	65 %	Puas
< 8.7	4	5 %	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek *Responsive*

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (16+10)$$

$$= \frac{1}{2} (26)$$

$$= 13$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (16-10)$$

$$= \frac{1}{6} (6)$$

$$= 1$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (13-1)$$

$$= < 12$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 12 \text{ sampai dengan } 14$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (13+1)$$

$$= > 14$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>14	7	8.75 %	Sangat Puas
12 -14	53	66.25 %	Puas
< 12	20	25 %	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek assurance

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (12+7)$$

$$= \frac{1}{2} (19)$$

$$= 9.5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (12-7)$$

$$= \frac{1}{6} (5)$$

$$= 0.83 \text{ dibulatkan menjadi } 0.8$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (9.5-0.8)$$

$$= < 8.7$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 8.7 \text{ sampai dengan } 10.3$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (9.5+0.8)$$

$$= > 10.3$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>10.3	11	13.75 %	Sangat Puas
8.7 -10.3	53	66.25 %	Puas
< 8.7	16	20 %	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek empathy

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (12+7)$$

$$= \frac{1}{2} (19)$$

$$= 9.5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (12-7)$$

$$= \frac{1}{6} (5)$$

$$= 0.83 \text{ dibulatkan menjadi } 0.8$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (9.5-0.8)$$

$$= < 8.7$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 8.7 \text{ sampai dengan } 10.3$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (9.5+0.8)$$

$$= > 10.3$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>10.3	16	20 %	Sangat Puas
8.7 -10.3	55	68.75 %	Puas
< 8.7	9	11.25 %	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek kepuasan konsumen

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (28+19)$$

$$= \frac{1}{2} (47)$$

$$= 23.5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (28-19)$$

$$= \frac{1}{6} (9)$$

$$= 1.5$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (23.5-1.5)$$

$$= < 22$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 22 \text{ sampai dengan } 25$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (23.5+1.5)$$

$$= > 25$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>25	10	12.5 %	Sangat Puas
22 -25	52	62.5 %	Puas
< 22	18	22.5 %	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek kepuasan konsumen kualitas produk

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (8+5)$$

$$= \frac{1}{2} (13)$$

$$= 6.5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (8-5)$$

$$= \frac{1}{6} (3)$$

$$= 0.5$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (6.5-0.5)$$

$$= < 6$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 6 \text{ sampai dengan } 7$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (6.5+0.5)$$

$$= > 7$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>7	16	20 %	Sangat Puas
6 - 7	55	68.75 %	Puas
< 6	9	11.25 %	Tidak Puas
Total	80	100%	

Aspek kepuasan konsumen pelayanan

Mean ideal = $\frac{1}{2}$ (skor tertinggi + skor terendah)

$$= \frac{1}{2} (20+13)$$

$$= \frac{1}{2} (33)$$

$$= 16.5$$

SD ideal = $\frac{1}{6}$ (skor tertinggi-skor terendah)

$$= \frac{1}{6} (20-13)$$

$$= \frac{1}{6} (7)$$

$$= 1.16 \text{ dibulatkan menjadi } 1$$

Rendah = $< (Mi-1SDi)$

$$= < (16.5-1)$$

$$= < 15.5$$

Sedang = $(Mi-1SDi)$ sampai dengan $(Mi+1SDi)$

$$= 15.5 \text{ sampai dengan } 17.5$$

Tinggi = $> (Mi+1SDi)$

$$= > (16.5+1)$$

$$= > 17.5$$

Interval	Jumlah responden	Jumlah responden (%)	Kategori
>17.5	20	25%	Sangat Puas
$15.5 - 17.5$	35	43.75 %	Puas
< 15.5	25	31.25 %	Tidak Puas
Total	80	100%	

Deskripsi Data Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepemimpinan Kepala Sekolah	58	26	50	40,29	4,026
Lingkungan Kerja	58	34	50	40,48	3,283
Kinerja Guru	58	51	67	57,86	4,532
Valid N (listwise)	58				

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Kepemimpinan Kepala Sekolah	Lingkungan Kerja	Kinerja Guru
N		58	58	58
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	40,29	40,48	57,86
	Std. Deviation	4,026	3,283	4,532
Most Extreme Differences	Absolute	,095	,162	,162
	Positive	,081	,162	,162
	Negative	-,095	-,075	-,096
Kolmogorov-Smirnov Z		,722	1,230	1,231
Asymp. Sig. (2-tailed)		,674	,097	,097

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Linieritas Kepemimpinan Kepala Sekolah (X_1) terhadap Kinerja Guru (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Guru * Kepemimpinan Kepala Sekolah	Between Groups	(Combined)	367,095	15	24,473	1,279	,258
		Linearity	167,443	1	167,443	8,749	,005
		Deviation from Linearity	199,652	14	14,261	,745	,718
	Within Groups		803,801	42	19,138		
	Total		1170,897	57			

Uji Linieritas Lingkungan Kerja (X_2) terhadap Kinerja Guru (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Guru * Lingkungan Kerja	Between Groups	(Combined)	409,362	16	25,585	1,377	,201
		Linearity	174,933	1	174,933	9,418	,004
		Deviation from Linearity	234,429	15	15,629	,841	,629
	Within Groups		761,534	41	18,574		
	Total		1170,897	57			

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	29,700	7,405		4,011	,000		
	Kepemimpinan Kepala Sekolah	,305	,146	,271	2,094	,041	,857	1,167
	Lingkungan Kerja	,392	,178	,284	2,199	,032	,857	1,167

a. Dependent Variable: Kinerja Guru

Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29,700	7,405		4,011	,000
	Kepemimpinan Kepala Sekolah	,305	,146	,271	2,094	,041
	Lingkungan Kerja	,392	,178	,284	2,199	,032

a. Dependent Variable: Kinerja Guru

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	248,504	2	124,252	7,409	,001 ^b
	Residual	922,393	55	16,771		
	Total	1170,897	57			

a. Dependent Variable: Kinerja Guru

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Kepemimpinan Kepala Sekolah

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29,700	7,405		4,011	,000
	Kepemimpinan Kepala Sekolah	,305	,146	,271	2,094	,041
	Lingkungan Kerja	,392	,178	,284	2,199	,032

a. Dependent Variable: Kinerja Guru

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,461 ^a	,212	,184	4,095	,212	7,409	2	55	,001

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Kepemimpinan Kepala Sekolah

UJI RELIABILITAS X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	22

UJI RELIABILITAS X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	22

UJI RELIABILITAS Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	8

Lampiran Dokumentasi



Gambar 10. Suasana di Luar Kedai Bangsawan



Gambar 11. Saat konsumen mengisi Kuisioner



Gambar 12. Suasana Di Dalam Kedai Bangsawan



Gambar 13. Memberi penjelasan kepada konsumen mengenai pengisian kuisioner.



Gambar 14. Suasana Di Kedai Bangsawan saat ramai pengunjung.



PEMERINTAH KABUPATEN KLATEN
BADAN PERENCANAAN, PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN DAERAH

Jl. Pemuda No. 294 Gedung Pemda II Lt. 2 Telp. (0272)321046 Psw 314-318 Faks 328730
KLATEN 57424

Nomor : 072/662/VI/31
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian

Klaten, 31 Mei 2017
Kepada Yth.
Ka. Kedai Bangsawan
Di

KLATEN

Menunjuk Surat dari Ka. DPM dan PTSSP Prov. Jateng Nomor 070/5100/2017 Tanggal 30 Mei 2017 Perihal Permohonan Ijin Penelitian, dengan hormat kami beritahukan bahwa di Instansi/Wilayah yang Saudara pimpin akan dilaksanakan Penelitian oleh :

Nama : Kartika Nur Rahmawati
Alamat : Karangmalang, Yogyakarta
Pekerjaan : Mahasiswa UNY
Penanggungjawab : Dr. Widarto, MPd
Judul/Topik : Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten
Jangka Waktu : 3 Bln (31 Mei s/d 31 Agustus 2017)
Catatan : Menyerahkan Hasil Penelitian berupa *Hard Copy* dan *Soft Copy* Ke Bidang PPPE BAPPEDA Kabupaten Klaten.

Demikian atas kerjasama yang baik selama ini kami ucapkan terima kasih

An. BUPATI KLATEN
Kepala BAPPEDA
Kepala Bidang PPPE



Nurul Bariyah, SH, M.Si
Pembina
NIP. 195910271987032003

Tembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Ka. Kantor Kesbangpol Kab. Klaten
2. Dekan Fak. Teknik UNY
3. Yang Bersangkutan
4. Arsip



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN
TERPADU SATU PINTU

Jalan Mgr. Sugiyopranoto Nomor 1 Semarang Kode Pos 50131 Telepon : 024 – 3547091, 3547438,
3541487 Faksimile 024-3549560 Laman [http ://dpmtsp.jatengprov.go.id](http://dpmtsp.jatengprov.go.id) Surat Elektronik
dpmtsp@jatengprov.go.id

Semarang, 30 Mei 2017

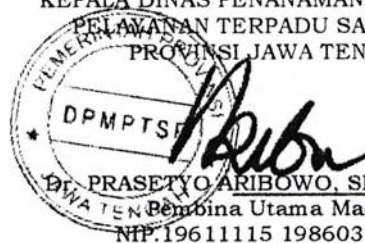
Nomor : 070/5100/2017
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada
Yth. Bupati Klaten
u.p kepala BAPPEDA
Kab. Klaten

Dalam rangka memperlancar pelaksanaan kegiatan penelitian bersama ini terlampir disampaikan Penelitian Nomor 070/2273/04.5/2017 Tanggal 30 Mei 2017 atas nama KARTIKA NUR RAHMAWATI dengan judul proposal PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAIBANGSAWAN KLATEN, untuk dapat ditindaklanjuti.

Demikian untuk menjadi maklum dan terimakasih.

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI JAWA TENGAH


PRASEYO ARIBOWO, SH, Msoc, SC.
Pembina Utama Madya
NIP.19611115 198603 1 010

Tembusan :

1. Gubernur Jawa Tengah;
2. Kepala Badan Kesbangpol Provinsi Jawa Tengah;
3. Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Daerah Istimewa Yogyakarta;
4. Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta;
5. Sdr. KARTIKA NUR RAHMAWATI



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 26 Mei 2017

Kepada Yth. :

Nomor : 074/5465/Kesbangpol/2017
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Gubernur Jawa Tengah
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Jawa
Tengah

di Semarang

Memperhatikan surat :

Dari : Wakil Dekan I Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
Nomor : 885/H34/PL/2017
Tanggal : 26 Mei 2017
Perihal : izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal: **"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAIBANGSAWAN KLATEN"** kepada:

Nama : KARTIKA NUR RAHMAWATI
NIM : 13511241028
No.HP/Identitas : 081226192765/3310085003950001
Prodi/Jurusan : Pendidikan Teknik Boga / Pendidikan Teknik Boga dan Busana
Fakultas : Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
Lokasi Penelitian : Kedaibangsawan Klaten
Waktu Penelitian : 26 Mei 2017 s.d 31 Juli 2017

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan:

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.

KEPALA
BADAN KESBANGPOL DIY

AGUNG SUPRIYONO, SH
NIR 19601026 199203 1 004

Tembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Wakil Dekan I Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta;
3. Yang bersangkutan.

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afri Budi Hartanto

Jabatan : Manager

Menerangkan bahwa, nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Kartika Nur Rahmawati

Nim : 13511241028

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Fakultas : Teknik

Universitas : Universitas Negeri Yogyakarta

Telah benar-benar melaksanakan pendelitian di Kedai Bangsawan Klaten pada tanggal 1 Juni 2017 sampai dengan selesai, dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI BANGSWAN KLATEN". Demikian surat keterangan ini diberikan ,kiranya dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Klaten ,12 Agustus 2017

Manager


KEDAI
BANGSAWAN
2016

Afri Budi Hartanto